

Министерство образования и науки Российской Федерации
Управление культуры Администрации города Екатеринбурга
Муниципальное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Екатеринбургская академия
современного искусства» (институт)
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»

ОПЫТ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

Екатеринбург 2018

ББК 71.4я73
УДК 65.0:008
О62

Авторы:

Л. С. Азаренков (предисловие; главы 1–4; заключение; вопросы; глоссарий);
В. С. Парзина (1); Е. А. Ганицева (2); М. С. Кожевина (3); О. А. Штыркова (4)

Рецензенты:

Л. Е. Петрова, кандидат социологических наук, доцент, проректор по научной и инновационной деятельности ЕАСИ

Л. Н. Боронина, кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и социальных технологий Института государственного управления и предпринимательства УрФУ

Печатается по постановлению
редакционно-издательского совета
Екатеринбургской академии современного искусства
(протокол № 2 от 23.11.2017)

О62 Опыт проектного управления в сфере культуры [Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / Л. С. Азаренков, Е. А. Ганицева, М. С. Кожевина [и др.] ; под общ. ред. Л. С. Азаренкова ; Урал. гос. пед. ун-т. – Электрон. дан. – Екатеринбург : [б. и.], 2018. – 1 электрон. опт диск (CD-ROM).

ISBN 978-5-7186-1012-3

Настоящее учебное пособие составлено в соответствии с действующим Федеральным государственным образовательным стандартом ВО по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, профиль «Технологии управления в сфере культуры», а также Национальным стандартом Российской Федерации ГОСТ Р 54869-2011. «Проектный менеджмент. Требования к управлению проектом».

Учебное пособие предназначено для студентов высших учебных заведений, осваивающих технологию проектной деятельности и возможности ее применения в сфере культуры.

© Азаренков Л. С., Парзина В. С., Ганицева Е. А.,
Кожевина М. С., Штыркова О. А., 2018

© МБОУ ВО «Екатеринбургская академия
современного искусства» (институт), 2018

ISBN 978-5-7186-1012-3© ФГБОУ ВО «УрГПУ», 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	4
1. Организация и проведение культурно-досугового мероприятия в сельской местности	8
2. Продвижение ежегодного конгресса EVENT-индустрии	32
3. Организация общегородской благотворительной акции для детей с ограниченными возможностями здоровья	51
4. Организация фестиваля корейской популярной культуры	82
Вопросы для обсуждения	121
Глоссарий	122
Заключение	124
Сведения об авторах	126

ПРЕДИСЛОВИЕ

В любой науке, в любом искусстве
лучший учитель — опыт.

Мигель де Сервантес

Изучение проектной деятельности, отработка реальных практических навыков проектного управления по реализации уникальных студенческих проектов, в том числе с привлечением необходимых ресурсов (бюджет, фандрайзинг), является сегодня одной из приоритетных задач современного творческого вуза при подготовке кадров для сферы культуры.

Культура (в институциональном значении этого понятия) существует в прямой зависимости от экономики, а экономика в свою очередь обнаруживает ошибки в своих законах и правилах, находясь в поле культурной деятельности.

Сфера культуры так и не смогла приспособиться к требованиям и условиям современного рынка. Согласно концепции «болезни цен» Уильяма Баумола издержки на производство продукта в сфере культуры всегда будут расти быстрее, чем цена на этот конечный продукт. Соответственно, экономическая несостоятельность большей части организаций сферы культуры, их неспособность к рыночной самоокупаемости ставит культуру в зависимость от государства (в редких случаях — от меценатства). Государство же, как основной игрок рыночных отношений, отвечающий за реализацию интересов общества в целом, сознательно уравнивает расходы организаций сферы культуры с их доходами от реализации их услуг в сумме с бюджетным ассигнованием.

В то же время государство и рынок обосновано предъявляют требования к качественной составляющей расходов

на культурные проекты и их целесообразности, а вопрос о доходах (качество, ассортимент, эффективность инвестиций) от реализации услуг, продуктов всегда будет преследовать организации культуры и искусства. В этом и заключается актуальность проблемы поддержки сферы культуры и поиска технологий этой поддержки.

Организация выставок, съемка фильма, проведение Дня города, Дня донора, Дня повара — все это культурные проекты, которые требуют профессионального управления, поэтому технология проектного менеджмента представлена в отечественной практике и находит отражение в научных исследованиях на протяжении последних двадцати лет.

Проекты в сфере культуры делятся *по целям деятельности* на коммерческие и некоммерческие. Любой коммерческий проект в конечном счете ориентирован на получение максимальной прибыли, и, соответственно, целевая аудитория такого проекта может быть представлена либо потребителем с высокой платежеспособностью (премиум-сегмент), либо массовым потребителем (масс-маркет). Некоммерческий проект, напротив, не ставит во главу угла получение прибыли, его основная цель — удовлетворение соответствующих (чаще духовных) ценностей общества.

По степени новизны проекты принято делить на традиционные и инновационные. Традиционные направлены на сохранение культурного наследия, а инновационные устремляются в экспериментальный поиск новых форм, технологий, образов.

Основными источниками финансирования проектов в сфере культуры являются бюджеты всех уровней.

В соответствии с Бюджетным кодексом Российской Федерации учреждения сферы культуры финансируются из соответствующего бюджета (федерального, субъекта РФ, муниципального образования) на основании сметы до-

ходов и расходов от планово-хозяйственной деятельности. Этот документ по своей структуре содержит все основные сведения о доходах, которые институция получает из подведомственного бюджета, от основной деятельности (концерты, выставки, образовательные услуги) и иной, приносящей доход деятельности (дополнительные платные услуги, субсидии, гранты, аренда и т. п.). Наряду с этим в документе представлены сведения о текущих расходах (оплата труда персонала, страховые взносы, услуги ЖКХ, капитальный и текущий ремонт) и расходах по основной деятельности (костюмы, краски, инструменты, аппаратура, временные и текущие проекты и пр.) Расходная часть бюджета учреждения сферы культуры строго регламентирована Бюджетным кодексом РФ.

Проектное финансирование культурной деятельности может быть направлено как на текущую деятельность, в том числе инвестиционный закуп необходимых материалов для реализации будущих проектов, так и на реализацию уже конкретных, сформировавшихся проектов. К этому необходимо добавить, что согласно «дорожной карте» («Изменения в отраслях социальной сферы, направленные на повышение эффективности сферы культуры»), утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 апреля 2015 года № 755-р, руководитель учреждения культуры в своей деятельности обязан заботиться не только о качественной составляющей основной деятельности учреждения, но и планировать постоянное увеличение и расширение ассортимента предоставляемых услуг и продуктов (организация временных экспозиций, внедрение новых услуг, реализация новых культурно-досуговых мероприятий и акций).

Фандрайзинг как технология привлечения финансовых и других материальных ресурсов для реализации проекта является сегодня одним из наиболее актуальных и востре-

бованных инструментов в учреждениях культуры, позволяя привлекать дополнительные средства на расширение ассортимента продуктов и услуг для выполнения «дорожной карты». Деятельность по привлечению дополнительных средств в организацию — это большая кадровая проблема для руководителя, решать которую должна система образования в рамках программ прикладного бакалавриата.

Пособие составлено на материале четырех проектов, которые имеют разные по своей сути концепции и, как следствие, масштаб и эффективность при реализации. Но все эти проекты получили высокую оценку профессионалов, а их авторы — большая редкость для выпускников! аплодисменты! — теперь становятся соавторами учебного пособия. Подчеркнем, впрочем: чтобы избежать назойливых повторов, в каждом проекте акцентированы его самые выразительные составляющие, некоторые же аспекты опущены, поскольку получают более содержательное освещение в других главах. Кроме того, некоторые полезные приемы — например, графическое изображение «дерева целей» — просто не помещаются в формат книги, хотя легко могут быть вообразены и использованы читателем.

Проекты, отраженные в пособии, были разработаны и **реализованы** студентами профиля «Технологии управления в сфере культуры» под руководством кандидата экономических наук Леонида Азаренкова в 2016–2017 учебном году.

Успешных проектов!

1. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОГО МЕРОПРИЯТИЯ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ

Актуальность. Современное общество — это общество стремительно развивающихся технологий, которые внедряются во все сферы жизни. Наряду с инновациями развивается и преобразуется проектная деятельность в разных учреждениях культуры. Одним из распространенных типов последних считаются клубные учреждения. К ним относятся дома культуры, дома творчества, дворцы культуры. По своему характеру клубные учреждения являются многофункциональными комплексными учреждениями культуры. Их назначение — предоставлять максимум услуг для различных категорий населения в сфере досуга и рекреации, образования и творчества. Между ними нет принципиальной разницы — их отличия состоят в возможностях, которыми они располагают, в объеме и масштабе работы.

Социально-культурные условия жизни в сельской местности отстают от условий жизни в городе, поэтому нередко возникают трудности и проблемы при организации культурно-досуговых мероприятий. Сложившаяся ситуация делает курсовой проект актуальным.

Актуальность проектной деятельности определяется ее универсальной формой, наличием четко выстроенной структуры. Использование принципов проектного управления позволяет эффективно решать поставленные задачи, повышает надежность успешного достижения обозначенных целей во всех видах деятельности и в любом учреждении культуры. В курсовой работе, легшей в основу данной главы, рассматривалась актуальность применения проектной технологии в социально-культурной деятельности на конкретном примере — массовом празднике.

Степень изученности темы. В работах Т. Г. Киселевой и Ю. Д. Красильникова впервые была сформулирована идея нового, социально-ориентированного подхода к анализу традиционной деятельности учреждений культуры. Проблематика проектной технологии в социально-культурной деятельности становилась объектом рассуждений в исследованиях таких авторов, как А. И. Вишняк, М. П. Гурьянова, С. С. Комисаренко, В. В. Лопатина и др.

Проблема проектной работы: как организовать культурно-досуговое мероприятие в сельской местности.

Объект: организация культурно-досугового мероприятия.

Предмет: организация культурно-досугового мероприятия, носящего массовый характер, в сельской местности.

Цель: разработать, обосновать и реализовать культурно-досуговое праздничное массовое мероприятие в сельской местности.

Задачи проекта:

1. проведение предпроектного анализа;
2. разработка концепции и мобилизация ресурсов проекта массового праздничного мероприятия «Широкая Масленица»;
3. обоснование подсистем проекта;
4. осуществление мониторинга проекта, реализованного на базе государственного учреждения культуры «Натальинский сельский дом культуры».

При написании работы, формировании и мониторинге проекта были использованы **теоретические** (анализ, синтез, сравнение, классификация, проектирование) и **эмпирические методы** (наблюдение, анализ документов, экспертное интервью, метод организационного моделирования, сетевое, ресурсное, календарное планирование, методы риск-менеджмента).

Эмпирическая база реализации проекта, выполненного в рамках курсовой работы, — Натальинский сельский дом культуры (далее — Натальинский СДК), находящийся в п. Натальинск Красноуфимского района Свердловской области.

Предпроектный анализ

В современных условиях культура становится одним из эффективных средств решения социальных проблем и снижения социальной напряженности в регионе, обеспечивая жителям качественный досуг, приобщающий к подлинным социальным и культурным ценностям.

Культурный досуг и развлечения стали неотъемлемой частью нашей жизни. Телевидение, радио, театры, кинотеатры, дворцы и дома культуры, спортивно-развлекательные комплексы — все это важные составляющие части отечественной индустрии развлечений. Например, в учебном пособии А. С. Рылеевой «Организация культурно-досуговой деятельности населения России» указывается, что без досуга жизнь современного человека стала бы «труднопереносимой» [14].

Натальинский СДК является одним из семидесяти подразделений МБУК «Центр по культуре, народному творчеству и библиотечному обслуживанию», который занимается организацией культурного досуга, кино- и библиотечным обслуживанием населения Красноуфимского округа.

Основными задачами Центра являются:

- развитие народного творчества и культурно-досуговая деятельность;
- организация работы клубных формирований, любительских объединений по интересам, кружков художественной самодеятельности;

- проведение сельских фестивалей, конкурсов, праздников, дискотек и других форм культурно-досуговой деятельности;
- усиление гражданско-патриотической работы, проведение мероприятий по пропаганде культурного наследия, национальных культур с использованием историко-культурных ценностей муниципального образования;
- осуществление сотрудничества с органом управления культуры муниципального района, районной методической службой, другими учреждениями культуры и искусства в разработке и реализации программ, культурно-досуговой деятельности, развития народного творчества;
- организация платных услуг населению;
- повышение уровня квалификаций кадров путем участия в работе семинаров, стажировок, курсов, как районных, так и областных;
- выполнение контрольных показателей;
- укрепление материальной базы.

Несмотря на работу, которую проделывают работники культуры Красноуфимского района и города под руководством специалистов районного управления культуры, в поселках часто возникают трудности и проблемы при организации, например, массового мероприятия в рамках поселкового масштаба.

Для определения проблем, с которыми сталкивается данное учреждение, было проведено экспертное интервью с директором Натальинского СДК. Руководитель учреждения выделил две наиболее актуальные:

1. потребность в организации проекта, носящего массовый характер;
2. потребность в поиске и привлечении волонтеров на проекты, реализуемые Натальинским СДК.

Для решения существующих проблем к реализации был предложен проект, который предполагал организацию и проведение массового мероприятия «Широкая масленица».

Актуальность темы обусловлена тем, что праздник — это уникальное явление в человеческой жизни, не просто торжество, красочное карнавальное шествие, танцы, песни и повод повеселиться, а репрезентация самой истории народа с его богатыми традициями [18].

Масленица — древний славянский праздник, доставшийся нам в наследство от языческой культуры. Это проводы зимы, озаренные радостным ожиданием близкого тепла, весеннего обновления природы. Люди спокон веков воспринимали весну как начало новой жизни и почитали Солнце, дающее жизнь и силы всему живому [12].

История происхождения праздника уходит к нашим предкам — древним славянам. Есть несколько гипотез относительно того, как появилась Масленица. Одни историки считают, что славяне отмечали эту неделю, еще будучи язычниками. Предки сжигали на костре чучело — символ зимы, и сейчас этот языческий обряд присутствует на масленичных гуляньях. Тогда Масленица праздновалась в период весеннего равноденствия, то есть 21–22 марта по нашему календарю, сейчас же дата праздника изменяется ежегодно и зависит от Пасхи, которой предшествует Великий пост.

Другие ученые склоняются к тому, что Масленица могла праздноваться в честь древнего бога Велеса, который считался покровителем скотоводства — ему и отдавали долг славяне, приносили жертвы на костре. Многие обряды и природные явления этого периода говорили о возрождении земли, которую предки просили о плодородии. Сама природа поила землю талым снегом, будила уснув-

шие поля, а люди помогали ей в этом действиями в масленичный период.

На смену язычеству пришло христианство. Православие приурочило к празднованию Масленицы, как это было и со многими другими праздниками, последнюю неделю перед Великим постом. Назвали это время Сырной седмицей. Поэтому праздник то сырный, то масленичный. И хотя у православных своя хронология событий в эту неделю, но она так же важна, как подготовка к важному, самому длинному и ответственному посту в году.

Масленица ассоциируется с блинами. Этот символ настолько прижился, что ни одно масленичное гулянье не может происходить без такого кулинарного изыска. Таким образом славяне помогали солнцу, символом которого и является блин. Обычно погода в период весеннего равноденствия очень переменчива — говорили, что это зима с весной борются. Вот наши предки и помогали солнцу блинным теплом, а весне — быстрее появиться.

Возникновение Масленицы — самого названия этого праздника — в народном календаре сопоставляют с периодом, когда у сельчан телились коровы. Молока было много, а вот мяса к этому времени уже не было. Поэтому белковую пищу получали именно из молочных продуктов, а блины и были из молока, и подавались с молоком, творогом, сметаной.

Если у современного человека спросить про происхождение Масленицы, то он вряд ли ответит. Но о празднике знает каждый. Смысл обрядов и традиций, которыми наполняли жизнь люди прошлого, давно утратил свое значение. Цикличность природы для того, кто не имеет никакого отношения к земле, уже не играет той роли, которую отводили ей предки, в полной мере зависевшие от плодородия почвы. Но из-за этого не теряется сама привлека-

тельность гуляний. Масленица — самый веселый, очень шумный и народный праздник.

Каждый день этой недели имеет свое название, которое говорит о том, что в этот день нужно делать [5].

Понедельник — «встречи». В этот день шли в гости, оговаривали план проведения праздника. Добраивали всевозможные снежные горки, качели, балаганы. Пекли блины. И первым блином угощали малоимущих, чтобы те помирили умерших родичей.

Вторник — «заигрыш». Это были смотрины невест — на снежных горках, с которых и приглашали покататься девушек. Такой вариант показывал, кто самая веселая и ловкая. Смотрели невест не просто так, а с твердым намерением сделать выбор и жениться уже в этом году.

Среда — «лакомка». Благодаря этому дню появилась фраза «к теще на блины». Зять шел ко второй маме полакомиться, а та угощала его самыми вкусными блинами.

Четверг — «перелом», или «разгул». В этот день народ расходился вовсю. К массовым катаниям на санях с горок добавлялось разведение костров, пляски. Все это заканчивалось очень веселыми и основательными застольями.

Пятница — «тещины вечерки». Уже теща шла к зятю. Правда, не он пек блины, а его жена — тещина дочка, но зятю отводилась важная роль — он должен был всячески угождать своей второй маме, выказывая свое расположение.

Суббота — «золовкины посиделки». Невестки звали к себе родственников мужа, золовок. Вместе весело проводили время.

Воскресенье — «прощеный день». В седьмой день провожали Масленицу. А вместе с проводами просили друг у друга прощения, убирали следы Масленицы, чтобы с понедельника начать поститься. В воскресенье сжигали чучело зимы, или Масленицы [20].

Конечно, сегодня очень трудно соблюсти все обычаи и обряды праздника, ведь масленичная неделя у нас это не выходная, а обычная, рабочая. Но узнать о традициях и обрядах, окунуться в эту атмосферу будет интересно каждому жителю поселка от мала до велика.

Концепция проекта

Проект, посвященный организации культурно-досугового мероприятия в сельской местности, называется «Широкая Масленица».

Проект реализуется на базе Натальинского СДК с учетом пожеланий авторов проекта провести одно емкое, содержательное и красивое событие интегративного характера. Событие интегративного характера — это мероприятие, которое объединяет в себе несколько самостоятельных, функционально-разрозненных событийных мероприятий различного характера, направленных на решение разных задач, но сведенных к единому концептуальному строю.

Отличительная особенность проекта — разработка единой концепции интегративного мероприятия, соединяющей в себе воспитательный, социокультурный и культурно-досуговый аспекты.

Массовое гуляние принимает интегративный характер через погружение участников проекта в атмосферу народного праздника за счет следующих элементов:

- подбор музыкального сопровождения, соответствующего тематической направленности проекта;
- подбор творческих номеров, соответствующих тематической направленности проекта;
- выстраивание сценарного плана с использованием перемежения, сочетания, параллельного воспроизведения отдельных элементов, а также достижение эффекта трансформации временных форм и событий;

- сочетание рациональных поздравительных элементов с общей концепцией проекта;
- оформление площадки с использованием специальных декораций;
- создание возможности принять участие в интерактивной программе;
- создание возможности принять участие в танцевальном флешмобе «Эх, масленица» и хороводах.

Концепция проекта отражена в уставе проекта. Устав проекта — первый официальный документ проекта, инициирующий проект в организации, дающий право менеджеру проекта привлекать необходимые ресурсы и отражающий основные характеристики проекта [1].

Помимо устава проекта нами был разработан план управления проектом, которые представляет собой сводный документ, кратко отражающий основные институциональные подсистемы проекта [10]. Основные подсистемы проекта: план управления временем, план управления стоимостью, план управления командой проекта, план управления рисками

Чтобы успешно реализовать проект, была разработана целевая структура проекта. Основой для построения дерева целей становится набор основных задач, определяемых на подготовительном этапе проекта. Эти задачи включают в себя ряд подзадач — это конкретные шаги. Последовательное выполнение всех шагов в каждой задаче приведет к успешной реализации проекта. Все задачи в рамках модели необходимо тщательно классифицировать и структурировать в рамках таблицы, чтобы они становились презентабельными и максимально понятными для членов команды.

Таблица 1

Устав проекта

Название проекта	Организация и проведение культурно-досугового мероприятия «Широкая Масленица» в сельской местности
Инициаторы	Натальинский СДК
Обоснование бизнес-потребностей	Проект носит некоммерческий (социо-культурный) характер
Стратегические цели проекта	<p>Цель: привлечь внимание к Натальинскому СДК, внести вклад в формирование положительного имиджа данного государственного учреждения культуры.</p> <p>Задачи проекта:</p> <p>сохранять традиции и обычаи празднования Масленицы;</p> <p>разнообразить культурную жизнь жителей сельской местности;</p> <p>привлечь новую аудиторию в Натальинский СДК, в том числе волонтеров на мероприятия, организуемые данным учреждением культуры;</p> <p>вызвать эмоциональное сопереживание и активное участие в игровых действиях праздника Масленицы;</p> <p>добиться высокого уровня посещаемости мероприятия и получить положительные отзывы о проекте</p>
Планируемые результаты проекта	Организация и проведение массового праздника «Широкая Масленица»
Окружение проекта	МАОУ «Натальинская СОШ», МКДОУ «Натальинский детский сад № 4», компания «ПО Натальинское», МБОУ ДО «Красноуфимская РДШИ», газета «Городок», новостной портал «ksk66»
Временные рамки	16.01.2017 — 02.03.2017

Название проекта	Организация и проведение культурно-досугового мероприятия «Широкая Масленица» в сельской местности
Критерии успешности проекта	Высокая посещаемость мероприятия; положительные отзывы о проекте; получение заказа на проведение данного мероприятия ежегодно; положительные отзывы заказчика
Бюджет проекта	5210 руб.

Рассмотрим содержание модели подробнее:

1. Подготовка организации массового праздника.

1.1. Изучить ситуацию:

1.1.1. Встретиться с директором Дома культуры;

1.1.2. Познакомиться с социальной деятельностью Натальинского СДК;

1.1.3. Рассмотреть реализованные проекты в России;

1.1.4. Изучить особенности проведения массового праздника заданной тематики;

1.1.5. Создать концепцию проекта;

1.1.6. Подобрать музыкальное сопровождение;

1.1.7. Написать подробный сценарий мероприятия;

1.1.8. Встретиться с хореографом для утверждения сценария;

1.1.9. Назначить ответственных;

1.1.10. Найти необходимый реквизит;

1.1.11. Договориться с МКДОУ «Натальинский детский сад № 4» о подготовке реквизита (чучело масленицы);

1.1.12. Договориться с ПЧ № 1/10 п. Натальинск о соблюдении безопасности во время обряда сожжения чучела;

1.1.13. Произвести переговоры со спонсорами проекта;

1.1.14. Создать рабочую группу волонтеров;

1.1.15. Договориться с фотографом о фотосъемке во время мероприятия;

1.1.16. Договориться с коневодами;

1.1.17. Закупить и обеспечить всеми необходимыми материалами проект;

1.1.18. В соответствии с разработанной концепцией проекта подобрать творческие номера для мероприятия, договориться с артистами и ведущими;

1.1.19. Договориться с художником-оформителем;

1.1.20. Договориться о времени проведения мероприятия «Широкая Масленица» с МАОУ «Натальинская СОШ», МКДОУ «Натальинский детский сад № 4», компанией «ПО Натальинское»;

1.1.21. Договориться с начальником территориального отдела о расчистке территории от снега;

1.1.22. Договориться с директором МАОУ «Натальинская СОШ» и директором МКДОУ «Натальинский детский сад № 4» о проведении дегустации блинов для дошкольников и учеников школы;

1.1.23. Договориться с компанией «ПО Натальинское» о торговле на масленице;

1.1.24. Разработать макет афиш;

1.1.25. Подготовить пресс-релиз и разместить на информационном портале «ksk66»;

1.1.26. Распечатать афиши и организовать распространение в поселке и близлежащих населенных пунктах;

2. Проведение праздника «Широкая Масленица».

2.1. Обустройство площадки:

2.1.1. Провести световые и электрические коммуникации;

2.1.2. Установить и настроить звуковую аппаратуру;

2.1.3. Подготовить импровизированную сцену;

- 2.1.4. Подготовить гримерные для артистов;
- 2.1.5. Подготовить необходимые материалы для проведения праздника;
- 2.1.6. Подготовить место и столы для чаепития;
- 2.2. Проведение массового праздника:
 - 2.2.1. Встретить гостей;
 - 2.2.2. Проконтролировать готовность артистов за кулисами;
 - 2.2.3. Организовать работу волонтеров, в соответствии с обозначенными функциями на площадке;
 - 2.2.4. Провести развлекательную программу;
 - 2.2.5. Провести обряд сожжения чучела;
- 2.3. Проведение закрытия массового праздника:
 - 2.3.1. Собрать звуковую и электроаппаратуру;
 - 2.3.2. Организовать уборку территории;
 - 2.3.3. Разослать статью для публикации о прошедшем празднике на информационный портал «ksk66» и в газету «Городок»;
 - 2.3.4. Получить обратную связь;
 - 2.3.5. Провести мониторинг реализации проекта.

Таким образом, разработанная модель позволила представить полную картину взаимосвязей будущих событий вплоть до получения перечня конкретных задач и получить представление об их относительной важности.

Мобилизация ресурсов

В таблице 2 описаны характеристики ресурсов по типам: интеллектуальный, материальный, финансовый, управленческий, организационный.

Интеллектуальный ресурс подразумевает под собой уровень знаний, интеллектуальных способностей и умения людей организовать мероприятия.

Материальный ресурс подразумевает под собой все материалы, инвентарь, недвижимые ресурсы, которые необходимы для проведения мероприятий.

Финансовый ресурс подразумевает денежные средства, которые позволяют реализовать проект и могут быть конвертированы в любые другие типы ресурсов.

Управленческий ресурс представляет собой команду проекта, ее навыки управления процессами, коммуникациями и людьми.

Организационный ресурс представляет собой организационную базу, на которой может быть реализован проект. Она должна иметь необходимое оборудование и техническое обеспечение.

Таблица 2

Характеристика ресурсов

Тип ресурса	Характеристика ресурса
Интеллектуальные ресурсы	Участники проектной команды обладают необходимым образованием и квалификацией для реализации проекта
Материальные ресурсы	Площадка для проведения мероприятия, реквизит для мероприятия «Широкая Масленица», декорации, призы для участников конкурсов, расходные материалы для создания чучела Масленицы
Финансовые ресурсы	Бюджет проекта обеспечен Натальинским СДК и спонсорскими средствами
Организационные ресурсы	Проект реализован в рамках деятельности Натальинского СДК
Управленческие ресурсы	Команда проекта состоит из шести человек

В таблице 3 описаны виды ресурсов с точки зрения наличия (реальные ресурсы) или отсутствия

(потенциальные ресурсы), а также способов перевода реальных ресурсов в актуальные (наличествующие).

Таблица 3

Актуальные и потенциальные ресурсы

Тип ресурсов	Актуальные (А)	Потенциальные (П)	Способ перевода из П в А
Интеллектуальные	100%	0%	Привлечение
Материальные	70%	30%	Покупка недостающих материалов
Финансовые	50%	50%	Часть бюджета финансировалась Натальинским СДК; привлечение спонсорских средств
Профессиональные	70%	30%	Большинство занятых работников на проекте, являются сотрудниками Натальинского СДК
Организационные	100%	0%	
Управленческие	100%	0%	

Интеллектуальный ресурс присутствует в виде команды проекта, подобранной из людей, обладающих необходимыми знаниями и управленческими компетенциями.

Материальный ресурс описан в таблице детально. Если материальный ресурс не присутствует в реальном виде, его необходимо закупать.

Финансовый ресурс в реальном виде представлен денежными средствами, которые затрачены командой проекта на актуализацию недостающего материального ресурса.

Организационный ресурс подразумевает под собой выполнение поставленной задачи в намеченный срок.

Далее проанализируем внешнюю и внутреннюю коммуникацию структуры проекта «Организация и проведение культурно-досугового мероприятия в сельской местности».

Структура — это характеристика команды с точки зрения функций, выполняемых членами команды. Структура команды определяется в процессе организационного моделирования проекта. Обязанности членов команды были распределены руководителем проекта на стадии выбора основной идеи мероприятия.

Внутренняя коммуникационная схема проекта показывает, каким образом осуществляются коммуникации внутри команды проекта. Иначе говоря, она определяет, как будет происходить сбор и распределение информации.

Руководитель проекта осуществляет коммуникации со всей командой проекта, которая состоит из шести человек. Во главе стоит проектный менеджер, в его подчинении находится хореограф, методист, художник-оформитель, являющиеся сотрудниками Натальинского СДК и занимающие аналогичные должности в учреждении культуры, фотограф. Фотографом является выпускник Красноуфимского педагогического колледжа (ГБПОУ СО «КПК»). Координатором проекта является директор Натальинского СДК.

Внешняя коммуникационная структура проекта представляет перечень субъектов, с которыми взаимодействует команда проекта на разных стадиях реализации проекта. Внешние коммуникации — это коммуникации между ор-

ганизацией и внешней средой. Внешняя коммуникационная структура проекта представлена на рисунке 1.

В рамках внешних коммуникаций проекта происходило взаимодействие со следующими компаниями:

1. МКДОУ «Натальинский детский сад № 4»: поддержка материальными ресурсами, реквизит.

2. МБОУ ДО «Красноуфимская РДШИ»: волонтерские ресурсы для непосредственного участия в развлекательной программе праздника.

3. МАОУ «Натальинская СОШ»: обеспечение проекта некоторыми ресурсами: людскими, материальными, волонтерскими.

4. Новостной портал «ksk66»: размещение пресс-релиза и статьи о проекте.

5. Компания «ПО Натальинское»: обеспечение проекта финансовыми ресурсами.



Рисунок 1. Внешняя коммуникация

Таким образом, для реализации проекта были сосредоточены все необходимые ресурсы: интеллектуальные

(каждый член команды обладал необходимым уровнем знаний проектной деятельности, наличием и качеством методического обеспечения); материальные (наличие у сотрудников помещений, оборудования, технических средств, канцелярских принадлежностей и т. п.); профессиональные (каждый член команды был ответственен за ту часть проекта, в которой имеет профессиональный квалифицированный навык); организационные (каждая поставленная задача выполнялась в срок); управленческие (координатором проекта являлась директор Натальинского СДК В. Г. Тутынина, имеющая опыт работы в проектной деятельности); финансовые. Имея в наличии данные ресурсы, проект будет успешно реализован и эффективен.

В процессе реализации проекта осуществлялось управление его подсистемами. Во-первых, командой проекта.

Таблица 3

Состав команды проекта

Роль в команде	ФИО	Возраст	Профессиональное положение
Проектный менеджер	В. С. Парзина	19	Студентка ЕАСИ
Координатор проекта	В. Г. Тутынина	49	Директор Натальинского СДК
Художник-оформитель	Д. И. Зинуров	32	Сотрудник Натальинского СДК
Хореограф	О. И. Сафонова	36	Сотрудник Натальинского СДК

Команда проекта — одно из главных понятий управления. Это группа сотрудников, непосредственно работающих над осуществлением проекта и подчиненных руководителю проекта; основной элемент его структуры, так как именно команда проекта обеспечивает реализацию замыс-

ла проекта. Эта группа создается на период реализации проекта и после его завершения распускается. Сложность и комплексность задач по управлению проектом вызывают потребность в высокой технической компетентности, владении большими объемами экономических, правовых, управленческих знаний, поэтому создание профессиональной проектной команды является необходимым условием эффективной работы над проектом.

Для того чтобы при реализации проекта были соблюдены временные рамки, была разработана подсистема проекта — управление временем.

Цель управления временем — точное соблюдение временных рамок проекта. Управление временем осуществляется на всех этапах жизненного цикла проекта, реализуясь в различных функциях проект-менеджмента. На этапе разработки проекта — это планирование времени проекта, на этапе реализации — контроль выполнения сетевого графика и внесение изменений по ходу осуществления проекта.

Был составлен календарный план проекта, устанавливающий полный перечень задач проекта, их допустимые сроки выполнения, а также лиц, ответственных за их выполнение.

В ходе контроля расписания проходил контроль над сроком выполнения работ проекта (координацией данного процесса занимался менеджер проекта). Для минимизации риска выхода из намеченного плана работ в календарный план проекта был включен временной резерв.

Управление проектом потребовало управления стоимостью. Бюджет проекта составлял 5210 рублей и состоял из трех частей: закупки материалов для оформления площадки, реквизита для проведения праздника и призов участникам конкурсов.

Бюджет проекта не включает расходы на оплату членов проектной команды, так как деятельность проектного

менеджера осуществляется в ходе учебной практики, деятельность штатных сотрудников организации осуществляется на основании внутренних НПА, остальные члены команды участвуют в реализации проекта в качестве волонтеров.

Важной задачей было управление рисками. План управления рисками представлен в Табл. 9.

Планирование управления рисками — это процесс определения подходов и планирования операций по управлению рисками проекта. Тщательный анализ рисков позволит избежать форс-мажорных ситуаций уже на стадии планирования проекта. Их неполный или некорректный учет может привести к сбою задач в календарном плане, что неблагоприятно скажется как на работе проектной команды, так и на качестве проекта в целом.

Таблица 4

План управления рисками проекта

Возможный риск	Вероятность риска	Мероприятия по минимизации риска
Низкая посещаемость массового праздника	Средняя	Информировать о проекте как можно раньше и эффективнее, использовать различные источники распространения информации
Плохие погодные условия	Средняя	Заранее изученный прогноз погоды
Срыв графика работ	Низкая	Наличие резерва времени при планировании
Организационные накладки при реализации конкурса, проблемы с коммуникациями внутри проекта	Низкая	Заранее проведенные беседы с командой проекта, инструктаж о специфических особенностях творческого потенциала

Риск — это потенциальная, численно измеримая возможность неблагоприятных ситуаций и связанных с ними последствий в виде какого-либо ущерба [1].

Проекты всегда существуют в условиях неопределенности. Неопределенность — это совокупность неизвестных параметров будущего, отсутствие точного знания о вероятных событиях, которые могут быть как благоприятными, так и не благоприятными. В качестве причин неопределенности могут выступать недостаток информации, наличие элемента случайности, противодействие [1]. При реализации проекта «Организация и проведение культурно-досугового мероприятия в сельской местности» вероятность возникновения форс-мажорных и неблагоприятных ситуаций была насколько возможно снижена.

Мониторинг проекта

Данный проект был начат 16 января и завершился 2 марта 2017 года. Проект относится к организационной сфере (реформирование существующего или создание нового предприятия, внедрение новой системы управления, проведение культурно-массовых и спортивных мероприятий, проведение предвыборных кампаний). Класс проекта — монопроект, поскольку имеется одна цель; были четко очерчены рамки по финансам, ресурсам, времени, качеству и предполагалось создание единой проектной группы.

Итоговая оценка проекта предполагала общий контроль, в ходе которого происходило отслеживание и координация изменений по проекту в целом путем своевременного и оперативного внутреннего взаимодействия проектной команды между собой, а также взаимодействия команды проекта с внешней средой — спонсорами, СМИ.

После завершения мероприятия менеджером проекта была проведена итоговая оценка эффективности проекта.

Она состояла из определения следующих показателей: количество афиш, количество посетителей массового мероприятия, также учитывалось распространение информации о выставке в социальных сетях, на информационных порталах.

Печатные афиши были распространены в поселке Натальинск (три афиши, пять объявлений), а также близлежащих деревнях Марийские Ключики, Сызги, Юва (три афиши).

Так как мероприятие носило массовый характер и проходило на открытой уличной площадке, количество посетителей известно по результатам визуального наблюдения экспертов — за время проведения праздника количество зрителей составило примерно 460 человек.

Менеджер проводил мониторинг посещаемости интернет-страниц, на которых было размещено объявление о мероприятии. Одним из показателей заинтересованности и эмоциональной включенности публики служили «лайки» в социальной сети «ВКонтакте», также информация о массовом мероприятии появилась на информационном портале «ksk66»

Стоит отметить, что к подготовке мероприятия на волонтерских основаниях привлекались преподаватели и школьники МАОУ «Натальинская СОШ», жители поселка с активной жизненной позицией. Общее количество волонтеров — девять человек.

Для оценки удовлетворенности зрителей была создана «Книга отзывов», в которой гости оставили девятнадцать положительных отзывов. Положительные отзывы были получены и от директора, сотрудников Натальинского СДК.

Статья о празднике «Широкая масленица» опубликована в газете «Городок», а также на информационном портале «ksk66». Количество просмотров опубликованной на сайте статьи превысило 400.

Таким образом, можно сделать вывод, что достигнутые результаты совпали с намеченными. В перспективе мы рассматриваем использование созданной концепции массового праздничного мероприятия в дальнейшем с некоторыми дополнениями — организацией ярмарочной торговли, проведением тематических мастер-классов.

Список литературы

1. Беляева Л. А., Беляева М. А. Социально-культурная деятельность: структурно-функциональная модель // Вестник Челябин. гос. акад. культуры и искусств. 2013. № 1 (33). С. 68–74.
2. Боронина Л. Н., Сенук З. В. Основы управления проектами. Екатеринбург, 2015. 112 с.
3. Вершковский Э. В. Режиссура массовых клубных представлений. Л., 2011. 72 с.
4. Волков С. В. Масленица. Праздники народов в России: энциклопедия. М., 2002.
5. Гейзер П. С., Завьялов О. В. Управление проектами: практическое пособие. Минск, 2005.
6. Генкин Д. М. Массовые праздники. М., 2005. 140 с.
7. Гиссин В. И. Управление качеством продукции. Ростов-на-Дону, 2000. 255 с.
8. ГОСТ Р ИСО 21500–2014. Руководство по проектному менеджменту (ISO 21500:2012 Guidance on project management). Введ. 26-11-01. М., 2014. 52 с.
9. Грашина М., Дункан В. Основы управления проектами. СПб., 2006.
10. Григорьев В. М. Народные игры и традиции в России. М., 1994.
11. Гурьянова М. П. Сельская школа и социальная педагогика. Минск, 2011. 448 с.
12. Калинец А. В. Деятельность клубных учреждений в современных условиях. М., 2010.
13. Капица Ф. С. Славянские традиционные верования, праздники и ритуалы: Справочник. М., 2001. 216 с.
14. Киселева Т. Г., Красильников Ю. Д. Основы социально-культурной деятельности: Учебное пособие. М., 1995. 136 с.

15. Комисаренко С. С. Культурные традиции русского общества. СПб.: Питер, 2013. 312 с.
16. Королев Д. Эффективное управление проектами. М., 2003.
17. Лапыгин Ю. Н. Оценка эффективности проектного управления // Экономический анализ: теория и практика. 2011.
18. Лопатина В. В., Смирнова Е. Ю. Возможности оптимизации работы сельских учреждений культуры. М., 2012. 176 с.
19. Мазур И. И., Шапиро В. Д. Управление проектами: справочное пособие. М., 2001.
20. Мазур И. И. Сетевое планирование. Учебное пособие. Минск, 2004.
21. Масленица [Электрон. ресурс]. URL: www.maslenisa.ru (Дата обращения: 16.02.2017).
22. Рылеева А. С. Организация культурно-досуговой деятельности населения России: учебное пособие. М., 2014.
23. Юдина Н. А. Русские обряды и обычаи: семейные обычаи, календарные обряды, подвижные праздники. М., 2006. 211 с.

2. ПРОДВИЖЕНИЕ ЕЖЕГОДНОГО КОНГРЕССА EVENT-ИНДУСТРИИ

В современном мире все больше растет спрос на качественные мероприятия. Желание людей по всему миру отмечать события различного уровня и профиля подстегивает рост данной индустрии.

Екатеринбург не остался в стороне. В нашем городе проходят мероприятия, направленные на формирование образа города Екатеринбурга, как крупного центра актуальных культурных инноваций, востребованных на региональной, федеральной и глобальной сцене. Например, на протяжении уже пяти лет в нашем городе проходит знаковое событие федерального масштаба — Конгресс специалистов Event-индустрии.

Проект проходит при поддержке Администрации города Екатеринбурга, Управления культуры Администрации Екатеринбурга, а также Национальной ассоциации организаторов мероприятий (НАОМ). Все эти годы проект удивлял гостей новыми «фишками» формата, а также выбором спикеров. Кроме этого, проект гордится своей обширной аудиторией, которая охватывает порядка 30 городов России. Главными темами конгресса стали организация атмосферы в пространстве городских событий, коммуникации на рынке event-услуг, применение необычных форм для организации и продвижения мероприятий.

Актуальность разработки данного проекта обуславливается необходимостью привлечения новых участников мероприятия, что даст продвижение конгресса на федеральном уровне.

Проблема проекта: как привлечь новых участников для конгресса.

Объект: организация корпоративных мероприятий.

Предмет: продвижение корпоративного мероприятия, проводимого на базе муниципального центра культуры.

Цель проекта: разработать, обосновать и реализовать комплекс мероприятий по привлечению новой аудитории к участию в региональном конгрессе EVENT-индустрии

Задачи:

1. Проведение предпроектного анализа.
2. Разработка концепции проекта.
3. Проведение мобилизации ресурсов проекта.
4. Управление подсистемами проекта (времени, кадров, рисков, стоимости).
5. Мониторинг проекта, реализованного на базе Муниципального учреждения культуры Центр культуры «Урал» (Екатеринбург, ул. Студенческая, д. 3).

Предпроектный анализ

Event — это любое маркетинговое мероприятие, направленное на увеличение базы покупателей, также событие, которое создается с целью PR-акций. Подобными мероприятиями еще в древние времена были общественные и религиозные ритуалы, со временем становившиеся все изысканнее и сложнее. Теорию и практику проведения празднований передавали из поколения в поколение. Однако индустрия праздника в самостоятельную отрасль выделилась примерно 30 лет назад, когда на мероприятия стали продавать билеты. До этого индустрия праздника являлась частью других отраслей экономики — туризма, гостиничного бизнеса и т. д. И это не могло не повлиять на развитие event-менеджмента.

Сама профессия event-менеджера, возможно, появилась в 1955 году, когда открыли первый «Диснейленд» — так считает известный event-менеджер Джо Годбалт, который приложил значительные усилия для развития этого бизнеса (он также является основателем Международной

ассоциации профессиональных организаторов мероприятий — ISES).

Event-marketing дословно переводится как событийный маркетинг и представляет собой продвижение товаров и услуг с помощью ассоциирования брендов компании с каким-либо особым событием. Таким образом, одним из самых популярных и прогрессивно развивающихся направлений event-маркетинга является организация интересных запоминающихся событий в деловой жизни.

Сегодня событийный маркетинг — это одно из важных составляющих продвижения брендов. Event-маркетинг способствует созданию определенной эмоциональной связи между брендом и потребителем. Кроме того, он повышает уровень лояльности клиентов к марке. Система продвижения бренда — комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций, и каждое отдельное мероприятие должно органично с ней сочетаться. Рекламная кампания, включающая в себя event-маркетинг, имеет долгосрочный эффект. Она начинается задолго до события и должна продолжаться после его проведения публикациями в СМИ.

В России организация мероприятий как отдельный феномен появляется в 1990-х годах. Именно тогда появились первые event-компании, которые до сих пор с успехом работают на рынке. На сегодняшний день event-менеджер стал одним из самых востребованных специалистов, а число event-агентств растет в нашей стране с каждым годом. Чаще всего это неподготовленные люди, не имеющие образования в этой отрасли — художники, ведущие, пиарщики, рекламисты и так далее.

Как правило, агентства сами обучают своих сотрудников на практике, что приносит не слишком высокие результаты. На этом фоне начинают проводиться первые учебные мероприятия, направленные на повышение профессиональных знаний. Одними из первых, кто начал про-

водить подобные мероприятия в Екатеринбурге, является Дирекция городских и праздничных мероприятий Администрации города. Именно она в 2013 году стала организатором первого Конгресса специалистов event-индустрии.

В феврале 2017 года, состоялся V Конгресс, в рамках проведения которого была выявлена проблемная ситуация: снижение заинтересованности представителей других регионов в данном мероприятии в связи с появлением конкурентов в лице Новосибирска, Тюмени, Сочи, Казани. Между тем до 2017 года бóльшую часть аудитории составляли приезжие специалисты. Для решения возникшей проблемы был разработан комплекс мероприятий, позволяющий привлечь новую аудиторию для участия в Конгрессе.

Концепция проекта

Данный проект получил название «Продвижение ежегодного конгресса EVENT-индустрии в муниципальном центре культуры». Проект реализован на базе муниципального центра культуры «Урал» с 2 ноября 2016 по 10 февраля 2017 года.

Цель проекта: проект направлен на привлечение новой аудитории и качественного проведения мероприятия.

Для ее достижения необходимо решить следующие задачи:

1. Разработать концепцию решения проблемы по привлечению аудитории.
2. Реализовать комплекс мероприятий по решению проблемы.
3. Провести Конгресс специалистов EVENT-индустрии.
4. Подвести итоги работы, получить обратную связь от участников.

Рекламная кампания в рамках данного проекта предполагала размещение пресс-релиза мероприятия на таких

информационных интернет-порталах, как WEBURG, E1, ekbfree, inburg, Event Forum, «Собака.ru», «Серебряный дождь», и на других ресурсах партнеров, а также в социальных сетях. Кроме того, был использован принцип «сарафанного радио».

Предположительная целевая аудитория проекта: эксперты в области организации мероприятий, профессионалы, а также просто заинтересованные лица. Возраст — от 17 лет.

Комплекс мероприятий, направленный на совершенствование проведения Конгресса специалистов event-индустрии, заключался в следующем. Для начала за два месяца до мероприятия пересмотрены списки участников. Трудность создает устаревшая информация. Нужно найти агентства и людей, работающих в сфере event'a, обзвонить, рассказать им всю информацию, при этом все вносить в таблицу, в том числе комментарии людей. Так же надо удостовериться в существовании компании, заинтересованности сферы event и наличии свободного времени для посещения мероприятия.

Если агентство прекратило свою работу, оно удаляется из базы. Согласно плану проекта, примерно через две недели в таблице должно быть около 1500 потенциальных участников, через месяц — примерно 2000 тысячи участников из различных городов нашей страны. С появлением точной программы, расписания и спикеров начнется самое важное. Потенциальный участник должен получить информацию в различных видах. Это электронные ресурсы (новостные сайты, сайты партнеров), соцсети (такие как Instagram, Twitter, VK, Facebook), радио («Серебряный дождь») и, конечно, телефон. Каждый звонок, письмо, вопрос вносится в таблицу. Только за счет того, что каждый человек из списка получит информацию в различных видах, мы хотим добиться увеличения продаж билетов на

мероприятие. Возможно, на многих повлияет выбор спикеров, а также новости о последнем конгрессе.

Кроме работы с таблицами за два дня до начала мероприятия надо мобилизовать группу волонтеров для помощи проведения конгресса из восьми представителей различных вузов. За день до мероприятия проводится итоговая репетиция, заканчивается прием заявок и начинается работа с раздаточным материалом. Кроме того, печатаются именные бейджи и сертификаты, заканчивается работа с оформлением документов. Для облегчения регистрации все раскладывается по алфавиту, также создаются пакеты участников, в которые входит раздаточный материал от партнеров.

В день открытия с 9:00 гостей встречают на регистрации волонтеры и организаторы. При входе гостей встречают ходулисты из шоу «Витрувиан», в зоне отдыха — электронные аттракционы и настольные игры. Мобильное приложение, созданное специально для Конгресса, позволит заполнить свой профиль, видеть всех участников, включая спикеров и ведущих, назначать встречи и обмениваться контактами с полезными людьми, что позволит получить максимальную обратную связь от аудитории.

Главная часть. С 10 до 17 часов выступают спикеры:

- режиссер Вахтанг Вахтангиашвили с темой «Профессиональная режиссура как основа event-индустрии»;
- Зоя Скобельцына — «SMM в сфере Event»;
- директор компании «Меркатор» Андрей Скворцов — «Презентация себя и проекта»;
- генеральный директор компании «БИГ ДЖЕК» Николай Андреев — «Сервис в Event. KPI и другие секреты взаимоотношений с Клиентом»;
- генеральный директор компании «MarketEmotion» Илья Горбачев — «Идеальный бриф».

Тема спонсорства в Москве и в России разбирается на экспертной панели с участием промоутеров самых масштабных фестивалей страны: AlfaFuturePeople, «Нашествие», «Доброфест», «Дикая мята», «Старый новый рок», «Гастроном», «Безумные дни», «Ночь пожирателей рекламы».

После чего для небольшого отдыха, проводится игра «Мозгобойня» — несколько команд численностью от четырех до десяти человек соревнуются друг с другом, отвечая на вопросы и решая задачи.

К вечеру, участники собираются, и все вместе едут на вечеринку в лофте «Дом Печати».

День второй начинается с 9 часов утра. В этот день участники работают в командах для создания презентации кейсов. Задача организаторов — разделить участников на четыре равные части. К каждой команде приставляют двух спикеров. И в течение четырех часов идет мозговой штурм, после чего каждая команда презентует свой продукт перед зрителем.

После Устава проекта, необходимо разработать План управления проектом — второй итоговый документ стратегического замысла проекта План управления проектом—сводный документ, кратко отражающий основные институциональные подсистемы проекта. При разработке плана управления проектом используются результаты других процессов планирования (в том числе и стратегического) для создания единого связного документа, который будет использован как руководство для исполнения и контроля проекта.

Таблица 1

Устав проекта

Разработчики	Дирекция городских праздничных мероприятий. Директор: Илья Марков Руководитель отдела развития и маркетинга: Татьяна Иргалиева Координатор проекта: Светлана Мишкина Руководитель проекта: Светлана Мишкина Менеджер проекта: Анна Слепых PR-менеджер: Татьяна Пахомова Менеджер проекта: Екатерина Ганицева Менеджер проекта: Юлия Кочнева PR-менеджер: Анастасия Попова Волонтеры: восемь человек
Характеристика проекта	Комплекс мероприятий, направленный на увеличение аудитории Конгресса
Стратегическая цель проекта	Привлечение новых участников для Конгресса специалистов EVENT-индустрии
Планируемый результат	Привлечь новую аудиторию; добиться окупаемости проекта; стать знаковым событием федерального уровня
Окружение проекта	Екатеринбургская академия современного искусства, Дирекция городских праздничных мероприятий, TENET hotel, «Дом печати», «Мобильные Аттракционы», «Собака.ru», Ельцин-центр, «Коммерсантъ», НАОМ, Event forum, Find Hall, Artist.ru, EventNN.ru, ГЦСИ, УрФУ, «Спонсор-бюро № 1», «Банзай», BSP
Временные рамки	02.11.2016 — 10.02.2017
Бюджет проекта	472 000 рублей

План управления содержанием проекта может состоять из одного или нескольких дополнительных планов: плана

управления временем; управления стоимостью; управления качеством; управления командой; управления коммуникациями; управления рисками; управления снабжением.

В частности, план управления временем предусматривает, что общее время подготовки и реализации проекта составляет 3 месяца, 1 неделя и 2 дня.

После плана проекта разрабатывается **целевая структура** проекта, которая может быть представлена в виде графической модели «Дерево целей». Тщательное и безошибочное построение целевой структуры — неперенное условие успешной разработки всех подсистем проекта и в этом смысле детерминант успеха или неудачи всего проекта.

1. Подготовка мероприятия

1.1. Разработка мероприятия;

1.1.1. Создание новой базы участников;

1.1.2. Восстановление старых баз участников;

1.1.3. Создание таблицы Excel с данными участников;

1.1.4. Поиск новых компаний и лиц в сфере event'a;

1.1.5. Внесение новых участников в базу;

1.1.6. Утверждение программы мероприятия;

1.1.7. Рассылка программы на почту участникам мероприятия;

1.1.8. Обзвонить каждого участника, проверить на заинтересованность;

1.1.9. Внести все данные об участниках в базу;

1.1.10. Удаление не существующих компаний;

1.1.11. Четкое составление таблицы по значению участника;

1.1.12. Личная беседа с каждым участником;

1.1.13. Поиск спикеров на мероприятие;

1.1.14. Утверждение спикеров;

1.1.15. Рассылка программы со всеми спикерами и ценами на участие;

1.1.16. Ответы на вопросы от участников;

1.1.17. Прием заявок на участие в мероприятии;

1.1.18. Внесение в таблицу данных о подданных заявках;

1.1.19. Заключение договоров;

1.2. Продвижение мероприятия;

1.2.1. Анонс мероприятия в социальных сетях;

1.2.2. Рассылка информации знакомым и друзьям в сфере event'а;

1.2.3. Подключить «сарафанное радио»;

1.2.4. Связаться со СМИ, отправить коммерческое предложение;

1.2.5. Обговорить условия работы со СМИ;

1.2.6. Рассказать новым участникам о истории мероприятия;

1.2.7. Продвижение в интернете за счет популярности проекта;

1.2.8. Реклама на радио;

1.2.9. Написать коммерческое предложение спонсорам;

2. Проведение мероприятия

2.1. Проведение открытия мероприятия;

2.1.1. Найти волонтеров;

2.1.2. Ознакомить волонтеров с их деятельностью;

2.1.3. Получить раздаточный материал;

2.1.4. Расфасовать раздаточный материал по пакетам;

2.1.5. Напечатать именные бейджи участников и организаторов;

2.1.6. Напечатать сертификаты на каждого участника;

2.1.7. Разложить весь именной материал по алфавиту;

2.1.8. Распределить обязанности волонтеров;

2.1.9. Встреча гостей;

2.1.10. Регистрация участников;

2.1.11. Выдача именных документов и раздаточного материала;

2.1.12. Помощь при проведении воркшопов;

2.1.13. Разделение на команды участников;

2.2. Проведение закрытия мероприятия;

2.2.1. Повести процедуру закрытия мероприятия;

2.2.2. Получить обратную связь;

2.2.3. Подвести итог, сделать выводы.

Мобилизация ресурсов

Таблица 2

Характеристика типов ресурсов

Тип ресурса	Характеристика ресурса
Интеллектуальный ресурс	Команда проекта обладает достаточными знаниями в области своей специализации, проект осуществляется не первый год, создана технология взаимодействия. Каждый знает свою часть работы. В проекте участвуют профессионалы своего дела
Материальный ресурс	Оборудование, техническое оснащение, монтаж площадки для проведения мероприятия, спонсорские подарки, сертификаты, фотозоны
Организационный ресурс	Проект реализуется на базе Центра культуры «Урал»
Управленческий ресурс	Все задачи распределены среди семи участников команды
Финансовый ресурс	Бюджет проекта строится на взаимовыгодных условиях с подрядчиками, партнерами, спонсорами. Затраты были на фуршет, экраны и вечеринку

Таблица 3

Анализ ресурсов с точки зрения их наличия в организации

Тип ресурса	Актуаль- ные	Потенциаль- ные	Способ пере- вода из по- тенциальных в актуаль- ные
Интеллектуаль- ный ресурс	100%	0	—
Материальный ресурс	80%	20%	Нехватка оборудования и материаль- ной базы для успешной ре- ализации
Организацион- ный ресурс	100%	0	—
Управленче- ский ресурс	100%	0	—
Финансовый ресурс	100%	0	—

Внешняя коммуникационная структура проекта

Информационные партнеры проекта:

- GEOMETRIA.RU;
- журнал «Собака.ru»;
- «Серебряный Дождь» — информационно-развлекательная радиостанция, которая отвечает за-просам современного радиослушателя, предоставляя качественный информационно-аналитический и музы-кальный продукт;
- Artist.ru — база артистов различных жанров, музы-кантов, шоу, площадок, организаторов мероприятий;
- газета «Коммерсантъ»;
- социальные сети Facebook, Instagram, ВКонтакте;

- официальный сайт Дирекции городских праздничных мероприятий.

Партнеры проекта:

- Ельцин-центр;
- Национальная ассоциация организаторов мероприятий (НАОМ);
- Event Forum — профессиональный портал event-индустрии;
- Уральский филиал Государственного центра современного искусства;
- «Кейтеринг-консалтинг»;
- EventNN — портал по организации мероприятий;
- информационное интернет-агентство JustMedia;
- Findhall — сервис по подбору конгресс-площадок;
- интернет-журнал Global City;
- «Спонсор-бюро № 1»;
- HeadHunter — сервис поиска работы;
- «Дом печати» — клуб, бар, ресторан, лофт;
- Big Stage Professional — аренда мультимедийной и презентационной аппаратуры;
- Ивентишес — мобильное приложение;
- «Мобильные аттракционы» — специализированный поставщик услуг выездных аттракционов в Екатеринбурге;
- TENET hotel.

Управление подсистемами проекта в ходе его реализации

Команда проекта — одно из главных понятий управления. Это группа сотрудников, непосредственно работающих над осуществлением проекта и подчиненных руководителю проекта; основной элемент его структуры, так как именно команда проекта обеспечивает реализацию замыс-

ла проекта. Эта группа создается на период реализации проекта и после его завершения распускается (см. табл. 4).

Таблица 4

Команда проекта

Роль в команде	ФИО	Воз- раст	Профессия
Руководитель отдела по раз- витию и мар- кетингу	Татьяна Иргалиева	29	Специалист по рекламе и связям с обществен- ностью
Координатор проекта	Светлана Мишкина	29	Event-менеджер
Менеджер проектов	Юлия Кочнева	21	Студент
Менеджер проектов	Анна Сле- пых	25	Event-менеджер
PR менеджер	Татьяна Пахомова	26	Специалист по связям с общественностью
Менеджер проектов	Екатерина Ганицева	22	Студент
PR менеджер	Анастасия Попова	23	Специалист по рекламе и связям с обществен- ностью

Управление временем осуществляется на всех этапах жизненного цикла проекта, реализуясь в различных функциях проект-менеджмента. На этапе разработки проекта — это планирование времени проекта, на этапе реализации — контроль выполнения сетевого графика и внесение изменений по ходу осуществления проекта.

Итогом выполнения главной задачи планирования времени является обоснованный календарный план.

Для проведения мероприятия был разработан бюджет.

Таблица 5

Управление стоимостью проекта: первоначальная смета

Комплекс мероприятий	Стоимость
Аренда сцены, светодиодных экранов. Установка и монтаж сцены, регистрационных сто-ек. Демонтаж сцены и экранов	500 000
Фуршет. Организация кофе-брейков, бизнес-ланчей на 500 персон	600 000
Для спикеров конгресса: оплата перелета из Москвы и Санкт-Петербурга. Проживание в отеле	216 000
Разработка официального приложения	150 000
Создание трех различных фотозон	6000
Аренда ЦК Урал на два дня	90 000
Аренда на вечернее мероприятие на четы-ре часа «Дома печати»	40 000
Приглашение двух музыкальных групп (груп-па BOGACHI, Sansara)	30 000
Итого:	1 542 000

Основным подрядчиком проекта стала площадка ЦК «Урал» — многофункциональное пространство «пять в одном» с конгресс-центром, концертным залом, досуговым центром, универсальной (трансформируемой) площадкой для проведения ивентов и ресурсным центром по организации общегородских проектов. Стоимость площадки на день составляет 45 000 рублей, но в действительности затраты оказались нулевыми, так как мероприятие организо-вывала Дирекция городских праздничных мероприятий во главе с директором ЦК «Урал». Удалось минимизировать и расходы по другим статьям, так что затраты в итоге со-

ставили 472 000 рублей (в рамках экономической оценки эффективности проекта мы считаем сэкономленные расходы прибылью).

Планирование управления рисками — это процесс определения подходов и планирования операций по управлению рисками проекта. Планирование процессов управления рисками позволяет обеспечить соразмерность уровня, типа, прозрачности управления рисками и важности проекта для организации, а также выделить достаточное количество времени и ресурсов для минимизации рисков. План управления рисками описывает способы осуществления

Проанализировав вероятность возникновения рисков, необходимо предложить варианты их минимизации для успешной реализации проекта в целом.

Во время подготовки существовала вероятность того, что проект не окупится. Данный риск минимизировался, благодаря применению различных способов. А именно:

- приглашение известных людей в лице спикеров;
- пиар-компания, направленная на привлечение большего числа людей;
- известность проекта на федеральном уровне;
- привлечение к проекту известных партнеров.

Все это позволило привлечь внимание заинтересованной аудитории и увеличить число участников мероприятия в сравнении с предыдущими годами, полностью покрыть расходы на проект и принести прибыль.

Очередной возможный риск — это отсутствие обратной связи, такая ситуация не позволила бы оценить результат проделанной работы и в дальнейшем устранить недочеты. Данный риск был нейтрализован созданием мобильного приложения. Мобильное приложение, созданное специально для Конгресса, позволяло участнику заполнять свой профиль, видеть всех участников, включая спикеров и

ведущих, назначать встречи и делиться контактами с полезными людьми. Кроме того, в программе мероприятия под каждым докладом была открыта опция комментария, что позволило достичь максимально полной обратной связи с аудиторией.

Мониторинг проекта

Непрерывный мониторинг позволяет команде управления проектом заглянуть внутрь проекта и выявить места, которым требуется уделить особое внимание.

Результаты работы:

- за два месяца была создана база, в которую вошли 1900 участников из 30 городов России и Казахстана;
- на участие в мероприятии было подано 352 заявки от различных event-агентств, пиар-специалистов, руководителей учреждений культуры, государственных служащих, отвечающих за организацию городских событий и просто вдохновленных темой людей;
- в конечном итоге мероприятие посетило более пятисот человек;
- 90% участников — из других городов, и этот показатель значительно выше, чем на предыдущих конгрессах.

Анализируя итоги данного проекта, проектный менеджер и соруководитель проекта установили, что команде удалось достигнуть поставленных стратегических задач и реализация комплекса мероприятий, направленных на привлечение новой аудитории к Конгрессу специалистов EVENT-индустрии, принесла плоды.

Список литературы

1. Азарова Ю. А. «Event технологии» и «Событийность» — проблемы инновационного развития [Электрон. ресурс]. URL: <https://goo.gl/D46Eti> (дата обращения: 13.06.2017).

2. Боронина Л. Н., Сенук З. В. Основы управления проектами. Екатеринбург, 2015. 112 с.
3. Воропаев В. И. Управление проектами в современном обществе. М., 1995. 225 с.
4. Демарко Т., Листер Т., Человеческий фактор: успешные проекты и команды. М., 2014. 288 с.
5. Дирекция городских и праздничных мероприятий [Электрон. ресурс]. URL: <http://ekbcityevent.ru/> (дата обращения: 13.06.2017).
6. Мазур И. И. Управление проектами. М., 2003. 245 с.
7. Манихин А. А. Особенности event-маркетинга в России // Известия ВолгГТУ. 2011. № 11.
8. Матвеева Л. Г. Управление проектами. Ростов н/Д, 2009. 423 с.
9. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 54869-2011 «Проектный менеджмент. Требования к управлению проектов» по направлению подготовка 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, профиль «Технологии управления в культуре». М., 2012. 12 с.
10. Пашоликов М. С. Возможности event-технологий для формирования организационно-управленческих компетенций магистров менеджмента в процессе прохождения практики // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2014. № 171.
11. Романова М. В. Управление проектами. М., 2010. 253 с.
12. Сондер М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы. М., 2006. 544 с.
13. Фунтов В. Н. Основы управления проектами в компании. СПб., 2011. 394 с.
14. Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Связи с общественностью. Теория и практика. М., 2007. 434 с.
15. Шумович А. В. Великолепные мероприятия: Технологии и практика event management. М., 2007. 336 с.

3. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЩЕГОРОДСКОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ АКЦИИ ДЛЯ ДЕТЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Актуальность проведения общегородской благотворительной акции для детей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) в сфере культуры, направленной на взаимодействие детей двух категорий, обусловлена рядом причин. Во-первых, остро стоит проблема социализации детей с ограниченными возможностями здоровья, которые изолированы от окружающей действительности, от общества. Во-вторых, данная проблема важна для всех сфер деятельности человека: культура, образование, здравоохранение. Дети с ОВЗ нуждаются в социализации, общение и совместная деятельность со здоровыми подростками поможет им реабилитироваться в обществе.

В России активно ведется работа по созданию системы реабилитации детей с ОВЗ. Много исследований направленно на изучение взаимодействия детей с ОВЗ со здоровыми сверстниками в психологии и педагогике. (В. В. Абраменкова, К. А. Абульханова-Славская, А. В. Гордеева и др.). Методики проведения совместных мероприятий, опыт их проведения (в частности, в Екатеринбурге) отражены в публикациях В. В. Бутакова, Е. Э. Лайковской, Е. Г. Леонтьевой, В. Г. Мельниковой, Е. В. Соколовой, С. В. Тигановой, Ю. А. Ярошевской. Но в целом организация общегородской благотворительной акции для детей с ОВЗ, направленная именно на взаимодействие детей двух категорий при совместном творческом процессе, еще недостаточно изучена.

Проблема: как организовать общегородскую благотворительную акцию для детей с ограниченными возможностями здоровья.

Объект: благотворительная деятельность муниципальных бюджетных учреждений культуры.

Предмет: организация общегородских благотворительных акций для детей с ограниченными возможностями здоровья.

Цель: разработка и обоснование организации общегородской благотворительной акции для детей с ограниченными возможностями здоровья на базе муниципального бюджетного учреждения культуры дополнительного образования.

Для этого поставлены следующие **задачи**:

1. Проведение предпроектного анализа организации общегородской благотворительной акции для детей с ограниченными возможностями здоровья.

2. Разработка концепции проекта «Мы все с одной планеты».

3. Обоснование управления подсистемами проекта, реализуемого на базе МБУК ДО «Екатеринбургская детская школа искусств № 6 им. К. Е. Архипова» (Екатеринбург).

4. Реализация проекта и проведение его мониторинга.

В работе были использованы **методы** теоретические (анализ, синтез, сравнение, обобщение, схематизация, классификация, проектирование) и эмпирические (наблюдение, анализ документов, экспертный опрос, анкетирование, графическая и математическая обработка результатов).

Практическая значимость проекта заключается в создании комплекса мероприятий, направленных на взаимодействие детей двух категорий, что вносит свой вклад в развитие сферы культуры города Екатеринбурга, повышение ее доступности для всех категорий граждан. Проектное обоснование данного события может быть полезно другим

учреждениям культуры для реализации похожих проектов для детей с ОВЗ.

Предпроектный анализ

Дети с ограниченными возможностями здоровья (далее по тексту — дети с ОВЗ) — «это дети-инвалиды, либо другие дети в возрасте от 0 до 18 лет, не признанные в установленном порядке детьми-инвалидами, но имеющие временные или постоянные отклонения в физическом и (или) психическом развитии и нуждающиеся в создании специальных условий обучения и воспитания». По данным Пенсионного фонда Российской Федерации на территории страны проживает 636 024 детей-инвалидов до 18 лет; в Уральском федеральном округе таковых 49 395, в Свердловской области — 17 960 [40].

В России активно ведется работа по созданию системы реабилитации таких детей. Например, в Москве, ГБОУ ДОД «Детская школа искусств имени Е. Ф. Светланова» разработала проект «Свет мой — музыка!», который изучает возможности обучения и творческого развития детей с частичной или полной потерей зрения, при этом дети с ОВЗ обучаются вместе со здоровыми сверстниками [24, с. 28]. В Москве же существует единственный профессиональный театр, в котором играют актеры с ментальной инвалидностью и психофизическими нарушениями — это интегрированный театр-студия «Круг II» [25].

В Калининграде проводится фестиваль изобразительных искусств «Мир открыт каждому» (организатор — Детская школа искусств имени П. И. Чайковского) с целью создания среды для реализации творческих способностей детей с ОВЗ, проходят совместные концерты и лекции, мастер-классы по декоративно-прикладному и изобразительному искусству [24, с. 30].

В Свердловской области также реализуются проекты, направленные на вовлечение детей с ограниченными возможностями здоровья в процессы, происходящие в обществе, в частности детские библиотеки городов Камышлова, Алапаевска, Нижнего Тагила, Первоуральска, Каменск-Уральского активно работают с учащимися коррекционных школ. Главное направление работы — развитие личности, привитие навыков межличностного общения, повышение самооценки, развитие творческой деятельности [24, с. 22]. В Ирбите дети-инвалиды принимают активное участие в выставках «Мой папа — моя крепость», «Наши мечты», «Мама лучшая моя» [24, с. 23].

В Екатеринбурге проходят научно-практические конференции, посвященные проблемам работы с детьми ОВЗ, разработке методики и технологии обучения в образовательных учреждениях города, развитие компетентности преподавателей по взаимодействию с такими детьми по средствам искусства. например, в 2016 году состоялась вторая Всероссийская научно-практическая конференция «Культура и социальная ответственность: создание инклюзивного пространства».

Многие учреждения культуры города Екатеринбурга стремятся внести свой вклад в решение проблемы с помощью создания проектов для детей с ограниченными возможностями здоровья, и муниципальное бюджетное учреждение культуры дополнительного образования «Екатеринбургская детская школа искусств № 6 имени К. Е. Архипова» в их числе.

В школе обучается более 300 детей по следующим направлениям: инструментальное, хоровое пение, хореографическое, фольклорное искусства. В общее эстетическое образование входит изобразительное, театральное, эстрадно-джазовое искусство.

Одним из направлений деятельности ЕДШИ № 6 является благотворительная помощь незащищенным детям, оказываемая муниципальному бюджетному дошкольному образовательному учреждению — детскому саду компенсирующего вида № 342.

Основная форма благотворительной помощи — организация концертов, мастер-классов преподавателями школы для детей с ОВЗ на площадке детского сада № 342. Родители детей с ОВЗ заинтересованы в таких мероприятиях и дальнейшей образовательной деятельности школы с их детьми. Но для того, чтобы дети с ОВЗ чувствовали себя комфортно, необходимо создать интегрированную среду, иначе им будет сложно реабилитироваться в незнакомой обстановке, сложно включиться в образовательный процесс. Для решения данной проблемы и был разработан предлагаемый проект, концепция которого представлена далее.

Концепция проекта «Мы все с одной планеты»

Разрабатываемый проект «Мы все с одной планеты» представляет собой общегородскую благотворительную акцию.

Цель проекта заключается в создании социокультурной среды для взаимодействия детей двух категорий при организации общегородской благотворительной акции в сфере культуры.

Задачи:

- создать комплекс совместных мероприятий для детей двух категорий, которые смогут использовать учреждения в сфере культуры города Екатеринбурга;
- донести до учащихся школы информацию о детях с ОВЗ, познакомить учащихся и детей с ОВЗ;

- провести совместные мероприятия в рамках двух учреждений (школа искусств и детский сад компенсирующего вида);
- провести мероприятия на городском уровне.

Целевые группы проекта: учащиеся школы с сохранным здоровьем; воспитанники детского сада, имеющие ограниченные возможности здоровья, и их родители.

Разработчик проекта: Кожевина Мария Сергеевна, студентка 4 курса профиля «Технологии управления в сфере культуры», МБОУ ВО «Екатеринбургская академия современного искусства».

Характеристика проекта: социальный, некоммерческий проект, направленный на социализацию и реабилитацию детей с ограниченными возможностями здоровья среди здоровых сверстников, у которых в свою очередь формируется толерантное отношение.

Временные рамки проекта: 24.03.2016 — 15.06.2017.

Бюджет проекта: 63 790 рублей.

Как уже отмечалось, преподаватели ЕДШИ № 6 им. К. Е. Архипова проводят занятия, концерты, мастер-классы для детей с ограниченными возможностями здоровья в коррекционном детском саду № 342, но учащиеся школы не вовлечены в данную деятельность. В рамках общегородской благотворительной акции «Мы все с одной планеты» предполагается изменить сложившуюся ситуацию с помощью организации и реализации следующих совместных творческих мероприятий для учащихся и детей с ОВЗ:

- анкетирование для исследования информированности учащихся школы и их отношения к детям с ограниченными возможностями здоровья. Для реализации проекта важно понимать, что знают подростки о детях с ОВЗ, общались ли они раньше с такими детьми;
- познавательная игра «Мы все с одной планеты»;

- мастер-класс по хореографии «Русский хоровод»;
- выставка «Сказка в красках» (работы воспитанников детского сада выставляются в школе искусств, учащихся школы — в детском саду);
- концерт — знакомство с проектом «Мы все с одной планеты» в ТРЦ «Гринвич»;
- концерт «Мы все с одной планеты» — встречаем весну в ТРЦ «Радуга парк».

Социализация детей с ограниченными возможностями здоровья с помощью включения их в творческие процессы — эффективная методика, используемая по всему миру. Совместные концерты учащихся ЕДШИ и детского сада в ТРЦ «Гринвич» и «Радуга-парк» позволят ребятам почувствовать себя единой командой. Это возможность поднять важную тему безвозмездной доброты по отношению к детям с ограниченными возможностями здоровья, рассказать общественности, что только сообща, большой командой, через общение мы можем помочь таким детям.

Таблица 1

Устав проекта

Концептуальные параметры проекта	Характеристики проекта
Название проекта	Общегородская благотворительная акция для детей с ограниченными возможностями здоровья «Мы все с одной планеты»
Инициаторы проекта и их потребности	МБУК ДО ЕДШИ № 6 им. К.Е. Архипова; лица, заинтересованные в проведении совместных мероприятий для детей с ОВЗ и учащихся школы и дальнейшем совместном обучении

Концептуальные параметры проекта	Характеристики проекта
Актуальность проекта	Общегородская благотворительная акция для детей с ОВЗ проводится в целях привлечения внимания общества к проблеме социализации детей с ОВЗ
Стратегическая цель и задачи проекта	<p>Цель: постоянное использование разработанного комплекса мероприятий для взаимодействия учащихся и детей с ОВЗ в ЕДШИ № 6 им. К. Е. Архипова.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> создать комплекс совместных мероприятий для детей двух категорий, которые смогут использовать учреждения в сфере культуры города Екатеринбурга; донести до учащихся школы информацию о детях с ОВЗ; познакомить учащихся и детей с ОВЗ; провести совместные мероприятия в рамках двух учреждений; провести мероприятия на городском уровне
Дата официального утверждения проекта	24.03.2016
Результаты проекта	<p>Исследование отношения учащихся к детям с ОВЗ;</p> <p>воспитание и формирование толерантности учащихся ЕДШИ № 6;</p> <p>приобщение широкой аудитории к проблеме социализации детей с ОВЗ;</p> <p>привлечение внимания к деятельности ЕДШИ № 6;</p> <p>комплекс совместных мероприятий для детей двух категорий</p>

Концептуальные параметры проекта	Характеристики проекта
Продукты проекта	<p>общегородская благотворительная акция;</p> <p>комплекс совместных мероприятий для детей двух категорий;</p> <p>разработка и распространение рекламных материалов: афиши, листовки, флаеры, приглашения</p>
Окружение проекта	<p>Екатеринбургская академия современного искусства;</p> <p>Екатеринбургская детская школа искусств № 6;</p> <p>Детский сад № 342 компенсирующего вида;</p> <p>Информационный культурный центр «Япония»;</p> <p>МАОУ лицей № 135;</p> <p>МБОУ лицей № 109;</p> <p>ТРЦ «Гринвич»;</p> <p>ТРЦ «Радуга-Парк»;</p> <p>Свердловская областная федерация Таеквон-до ИТФ;</p> <p>СМИ города Екатеринбурга;</p> <p>участники акции (дети с ОВЗ и учащиеся школы, их родители)</p>
Ограничения	Регламент не предусматривает возрастных и иных ограничений
Временные рамки проекта	24.03.2016 — 15.06.2017
Целевые показатели и критерии успеха проекта	Целевым показателем акции является количество участников. Критерий успешности — количество зрителей, посетивших концерты данного проекта, а также отзывы слушателей
Суммарный бюджет	63 790 рублей

Целевая структура благотворительной акции «Мы все с одной планеты» состоит из двух уровней. **На первом уровне** проектный менеджер ставит генеральную цель проекта — организация общегородской благотворительной акции «Мы все с одной планеты» для детей с ограниченными возможностями здоровья. **Второй уровень** общих целей — те цели, на которые будет направлена вся деятельность в дальнейшем, это организационные процессы и уже сама реализация проекта:

1. Изучить ситуацию:
 - 1.1. Встретиться с заместителем директора организации:
 - 1.1.1. Познакомиться с социальной деятельностью ЕДШИ № 6 им. К. Е. Архипова;
 - 1.2. Рассмотреть реализованные проекты в России;
 - 1.3. Изучить особенности детей с ограниченными возможностями здоровья;
 - 1.4. Исследовать отношение учащихся ЕДШИ № 6 к детям с ОВЗ:
 - 1.4.1. Составить анкету для учащихся школы;
 - 1.4.2. Раздать, заполнить, собрать анкеты;
 - 1.4.2.1. Обработать ответы и составить отчет;
2. Создать концепцию проекта:
 - 2.1. Разработать познавательную игру «Мы все с одной планеты»:
 - 2.1.1. Подобрать материал для познавательной игры: литература, видео;
 - 2.1.2. Создать электронную презентацию «Известные люди с ограниченными возможностями здоровья»;
 - 2.1.3. Провести познавательную игру «Мы все с одной планеты»;

2.1.4. Разработать мастер-класс по хореографии «Русский хоровод»;

2.1.5. Изучить особенности взаимодействия с детьми ОВЗ с помощью танца;

2.1.6. Подобрать движения для мастер-класса, с которыми смогут справиться дети с ОВЗ;

2.1.7. Подобрать музыкальное сопровождение;

2.1.8. Написать сценарий мероприятия;

2.1.9. Встретиться с хореографом для утверждения сценария;

2.1.10. Назначить ответственных;

2.1.11. Найти необходимый реквизит;

2.1.12. Оформить площадку;

2.1.13. Договориться о времени проведения мероприятия «Русский хоровод» с МБДОУ детский сад № 342 компенсирующего вида;

2.2. Разработать концепцию выставки «Сказка в красках»:

2.2.1. Объявить учащимся ЕДШИ № 6 и детям с ОВЗ детского сада тему выставки и сроки сдачи работ;

2.2.2. Подготовить выставку:

2.2.2.1. Поиск партнеров;

2.2.2.2. Печать информационных листов;

2.2.2.3. Определиться с пространством, где на площадке будут размещены работы;

2.2.2.4. Собрать работы учащихся ЕДШИ № 6 и детей с ОВЗ;

2.2.2.5. Поиск волонтеров для оформления выставки «Сказка в красках»;

2.2.2.6. Оформить экспозиции выставки на двух площадках;

3. Провести мастер-класс по хореографии «Русский хоровод»;

- 4. Открыть выставку;
- 4.1. Определить сроки;
- 4.2. Демонтировать выставку;

5. Организовать концерт «Мы все с одной планеты» в ТРЦ «Гринвич»:

5.1. Согласовать проведение концерта с руководством ТРЦ «Гринвич»:

5.1.1. Написать письмо от ЕДШИ № 6 о сотрудничестве и проведении концерта;

5.1.2. Отвезти письмо к администрации ТРЦ «Гринвич»;

5.1.3. Встретиться с ответственным лицом за мероприятие со стороны ТРЦ «Гринвич»;

5.1.4. Предоставить подробную концепцию мероприятия;

5.1.5. Обговорить все условия, необходимые для проведения: площадка, аппаратура, помещение для детей, дата и время;

5.1.6. Разработка афиши и приглашений;

5.1.7. Написать анонс мероприятия;

5.1.8. Распечатать и разнести афиши и приглашения.

5.2. Разработать программу концерта «Мы все с одной планеты» ТРЦ «Гринвич»:

5.2.1. Написать сценарий:

5.2.1.1. Определить количество номеров

5.2.1.2. Определиться с тематикой концерта;

5.2.1.3. Найти ведущего;

5.3. Провести концерт «Мы все с одной планеты» в ТРЦ «Гринвич»:

5.3.1. Привести реквизит на площадку;

5.3.2. Подключить аппаратуру;

5.3.3. Показать место для размещения участникам;

- 5.3.4. Репетиция с ведущим;
- 5.3.5. Организовать пространство для выступления;
- 5.3.6. Убрать аппаратуру;
- 5.3.7. Увезти реквизит.

6. Организовать концерт «Мы все с одной планеты» в ТРЦ «Радуга парк»;

6.1. Согласовать проведение концерта с руководством ТРЦ «Радуга парк»:

6.1.1. Написать письмо от ЕДШИ № 6 о сотрудничестве и проведении концерта;

6.1.2. Отвезти письмо к администрации ТРЦ «Радуга парк»;

6.1.3. Встретиться с ответственным лицом за мероприятие со стороны ТРЦ «Радуга Парк»;

6.1.4. Предоставить подробную концепцию мероприятия.

6.1.5. Обговорить все условия, необходимые для проведения: площадка, аппаратура, помещение для детей, дата и время.

6.1.6. Разработка афиш и приглашений;

6.1.7. Написать анонс мероприятия;

6.1.8. Распечатать и разнести афиши и приглашения;

6.2. Разработать программу концерта:

6.2.1. Написать сценарий;

6.2.1.1. Поиск номеров для мероприятия;

6.2.1.2. Определиться с тематикой концерта;

6.2.1.3. Найти ведущего концерта.

6.2.1.4. Найти аниматоров для интерактива;

6.2.1.5. Поиск костюмов и реквизита на мероприятие;

6.2.1.6. Обзвонить партнеров, возможных участников концерта;

6.3. Провести концерт «Мы все с одной планеты» в ТРЦ «Радуга-парк»:

- 6.3.1. Привести реквизит на площадку;
- 6.3.2. Подключить аппаратуру;
- 6.3.3. Показать место для размещения;
- 6.3.4. Репетиция с ведущим;
- 6.3.5. Скинуть все фонограммы звукорежиссеру;
- 6.3.6. Организовать пространство для выступления;
- 6.3.7. Проверить ответственных в каждой зоне;
- 6.3.8. Убрать аппаратуру;
- 6.3.9. Увезти реквизит.

Мобилизация ресурсов

Таблица 2

Характеристика типов ресурсов

Тип ресурса	Характеристика ресурса
Интеллектуальные ресурсы	Участники проектной команды обладают необходимым образованием и квалификацией для реализации проекта
Материальные ресурсы	Площадка для проведения мероприятий, выставочное пространство, инвентарь для оформления экспозиции, реквизит для мероприятия «Русский хоровод», аппаратура для концерта «Мы все с одной планеты»
Финансовые ресурсы	Бюджет проекта обеспечен ЕДШИ № 6, партнерами проекта ИКЦ «Япония», МАОУ лицей № 135, ТРЦ «Гринвич», ТРЦ «Радуга-Парк», МБОУ ВО ЕАСИ
Организационные ресурсы	Проект реализован в рамках деятельности ЕДШИ № 6 в направлении социальной помощи незащищенным детям
Управленческие ресурсы	Команда проекта из тринадцати человек

Следующий шаг — разработка внешней и внутренней коммуникационной структуры проекта. Во главе команды

стоит проектный менеджер, в его подчинении находится специалист по связям с общественностью, хореограф, концертмейстер, методист по внеклассной работе учащихся, специалист по выставке, занимающие аналогичные должности в Екатеринбургской детской школе искусств № 6.

Таблица 3

Анализ ресурсов с точки зрения их наличия

Тип ресурсов	Актуальные (А)	Потенциальные (П)	Способ перевода из П в А
Интеллектуальные	100%	-	
Материальные	100%	-	
Профессиональные	70%	30%	Необходимо привлечение специалистов по работе с детьми с ОВЗ
Финансовые	20%	80%	Часть бюджета финансируется ЕДШИ № 6. Партнер проекта ИКЦ «Япония» обеспечивает подарки для детей, принявших участие в выставке «Сказка в красках». ТРЦ «Гринвич» и ТРЦ «Радуга парк» предоставляют площадку и аппаратуру для концертов
Правовые	60%	40%	Недостаточно разработаны НПА по вопросам инклюзии

Тип ресурсов	Актуальные (А)	Потенциальные (П)	Способ перевода из П в А
			в дополнительном образовании
Организа- ционные	100%	-	
Управлен- ческие	100%	-	
Нрав- ственно- волевой ресурс	100% — все члены ко- манды заин- тересованы в осуществ- лении дан- ной дея- тельности	-	
Информа- ционные	Нет	-	
Техноло- гические	Нет	-	

Привлеченные члены команды проекта — ведущий, журналист, дизайнер, звукорежиссер, администратор сцены, фотограф, волонтеры — также активно помогали в реализации проекта.

В обязанности проектного менеджера входили: разработка концепции, цели, основных этапов проекта и его согласование с руководителем ЕДШИ № 6, подготовка сметы проекта, разработка документов, организация реализации проекта, корректировка изменений, согласование сроков, координация работы команды проекта на всех этапах реализации, контроль качества выполняемой работы, проведение собраний с командой проекта и волонтерами,

предоставление отчетов и результатов проекта руководителю базы реализации проекта — ЕДШИ № 6.

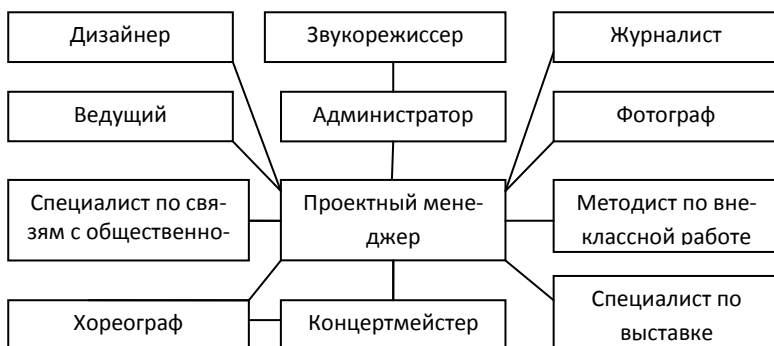


Рисунок 1. Внутренняя коммуникационная схема

Специалист по связям с общественностью взаимодействовал на каждом этапе проекта с информационным пространством: размещение новостей на сайтах учреждений культуры, работа с социальными сетями, размещение анонсов мероприятий и результатов каждого события, размещение фотоотчетов с мероприятий, выстраивание коммуникаций и работа с партнерами проекта, их поиск. Он активно работал совместно с журналистом, который писал материал по каждому мероприятию проекта, а также с дизайнером проекта, занимающимся созданием афиш, приглашений и флаеров.

Над организацией мастер-класса «Русский хоровод» работали проектный менеджер, методист по внеклассной работе, концертмейстер, хореограф. Созданием выставки занимался отдельный специалист художественного направления ЕДШИ № 6.

Внешние коммуникации проекта:

1. МБДОУ Детский сад компенсирующего вида № 342: предоставление площадки для проведения мероприятия «Русский хоровод», для выставки «Сказка в красках», обеспечение проекта некоторыми ресурсами: людскими, материальными.
2. МБОУ ВО ЕАСИ: волонтерские ресурсы для оформления выставки «Сказка в красках», печать афиш и приглашений.
3. МАОУ лицей № 135: поддержка материальными ресурсами, реквизит для мероприятия «Русский хоровод».
4. Информационный портал Екатеринбурга: размещение статьи о проекте.
5. МБОУ лицея № 109: предоставление площадки для выставки «Сказка в красках».
6. ИКЦ Япония: обеспечение проекта финансовыми ресурсами, на основе партнерских отношений предоставление билетов на мастер-класс для детей, принявших участие в выставке «Сказка в красках».
7. ТРЦ «Гринвич»: предоставление площадки, аппаратуры для концерта.
8. ТРЦ «Радуга парк»: предоставление площадки, аппаратуры, информационной поддержки концерта.
9. Официальный сайт Управления культуры Администрации города Екатеринбурга: размещение новости о проекте.
10. Свердловская областная федерация Таеквон-до ИТФ: предоставление номеров для концерта, транспортное средство для перевозки реквизита.

Управление подсистемами проекта в ходе его реализации

Управление временем осуществляется на каждом этапе жизненного цикла проекта. Для проекта был разработан календарный план, где подробно представлен полный перечень задач проекта (всего их было 78), последовательность выполнения каждой задачи, сроки их выполнения, исполнители.

над проектом осуществляется как дополнительная задача в рамках повседневной деятельности ЕДШИ № 6. Кроме того, в команду проекта вошли студенты.

В начале реализации проекта для любого менеджера важно правильно делегировать полномочия, определить роли каждого члена команды и распределить задачи в соответствии с возможностями и способностями каждого. **Матрица ответственности** — это один из методов определения функционала команды проекта. Менеджер проекта видит обязанности, которые закреплены за каждым участником команды проекта, и может контролировать выполнение каждой из них. Данный метод содействует эффективному рабочему процессу, поддерживает ответственность внутри команды. Главным преимуществом матрицы ответственности является распределение ролей и ответственности членов команды проекта.

Таблица 4

Команда проекта

Должность	ФИО	Профессия
Менеджер проекта	М. С. Кожевина	Студентка ЕАСИ
Специалист по связям с общественностью	С. В. Верхотурцева	ЕДШИ № 6
Хореограф	Т. Н. Юрченко	ЕДШИ № 6
Концертмейстер	И. В. Максимова	ЕДШИ № 6

Методист по внеклассной работе	Т. А. Авдюшина	ЕДШИ № 6
Специалист по выставке	Л. Е. Трапезникова	ЕДШИ № 6
Ведущий	Д. А. Тяжельникова	Студентка ЕАСИ
Администратор сцены	Е.А. Горбунова	Студентка УрГПУ
Фотограф	А. Д. Меркулова	Студентка УрФУ
Звукорежиссер	Д. С. Рыжов, М. А. Токарев	Студент ЕАСИ, ЕДШИ № 6
Дизайнер	Н. А. Лейкомцева	Студентка ЕАСИ
Журналист	Д. В. Зидирова	Студентка ЕАСИ

Группа создана на период реализации проекта. Работа

Организационная структура команды проекта — функциональная, выполнение отдельных функций по определенным вопросам передается разным исполнителям в соответствии с видом деятельности, которым занимается сотрудник в учреждении культуры.

Бюджет общегородской благотворительной акции «Мы все с одной планеты» обеспечен ресурсами ЕДШИ № 6 и партнерами проекта.

Таблица 5

Смета благотворительной акции «Мы все с одной планеты»

Статья расхо- дов	Кол- во (шт.)	Це- на за ед.	Плани- руемые расходы	Реаль- ные расходы	Примеча- ние
1. Полиграфия					
Печать анкет	40	5	200	0	ЕДШИ № 6
Печать табличек	27	5	135	0	ЕДШИ № 6
Печать афиши А3	150	50	7500	0	Предоставил партнер проекта ЕАСИ
Печать флаеров	300	6	1800	0	ЕАСИ
Печать пригла- шений	150	6	900	0	ЕАСИ
2. Реквизит					
Аренда костюма	1	1000	1000	0	Предоставил партнер проекта ли- цей № 135
Дере- вянные ложки	30	20	600	0	ЕДШИ № 6, были в наличии
Платки	30	200	6000	0	ЕДШИ № 6, были в наличии
Костю- мы уча- щихся	15	1000	15000	0	ЕДШИ № 6, были в наличии
Костюм анима- тора	2	1000	2000	0	ЕДШИ № 6, были в наличии

Статья расхо- дов	Кол- во (шт.)	Це- на за ед.	Плани- руемые расходы	Реаль- ные расходы	Примеча- ние
3. Материалы для оформления выставки					
Рама	27	130	3510	0	ЕДШИ № 6, были в наличии
Краски	5	159	795	0	ЕДШИ № 6, были в наличии
4. Подарки					
Билет на мастер-класс в ИКЦ «Япония»	27	150	4050	0	Партнер проекта ИКЦ «Япония»
5. Техническое оснащение, аренда звукового оборудования, площадки					
Колонки	2	1500	3000	0	Предоставили партнеры проекта ТРЦ «Гринвич», «Радуга парк»
Микшерный пульт	1	3500	3500	0	
Микрофоны	4	700	2800	0	
Стойки под акустику	2	500	1000	0	Предоставили партнеры проекта ТРЦ «Гринвич», «Радуга-Парк»
Стойки под микрофоны	4	500	2000	0	

Статья расхо- дов	Кол- во (шт.)	Це- на за ед.	Плани- руемые расходы	Реаль- ные расходы	Примеча- ние
Пло- щадка ТРЦ «Грин- вич»	1	2000 за 1 час	4000	0	
Пло- щадка ТРЦ «Радуга парк»	1	2000 за 1 час	4000	0	
Итого:			63790	0	

При создании проекта необходимо было проанализировать все **риски**. Один из таковых — отказ учащихся принимать участие в совместных мероприятиях. Данный риск нейтрализуется проведением познавательной игры «Мы все с одной планеты», где поднимается вопрос о проблеме положения детей с ограниченными возможностями здоровья в обществе, о том, как важно общаться и помогать друг другу.

При разработке мероприятия «Русский хоровод», которое прошло дважды, помогла консультация со специалистом по выстраиванию взаимодействия между детьми и проведение мастер-класса этим же специалистом. Уже на совместных концертах для жителей города ребята не боялись вступать в коммуникацию друг с другом, общались и поддерживали друг друга.

При организации концертов в ТРЦ «Радуга-Парк» и ТРЦ «Гринвич» несогласованность технической части могла поставить под угрозу реализацию всего мероприятия, поэтому заранее были согласованы вопросы размеще-

ния, установки аппаратуры со службой безопасности ТРЦ, подписаны необходимые документы.

Мониторинг проекта

В ходе организации и проведения общегородской благотворительной акции «Мы все с одной планеты» для детей с ограниченными возможностями здоровья предполагалось добиться следующих результатов:

- исследовать отношение учащихся ЕДШИ № 6 к детям с ОВЗ;
- воспитать и сформировать толерантность учащихся ЕДШИ № 6, развить умения понимать и помогать друг другу;
- познакомить широкую аудиторию с проблемами социализации детей с ОВЗ;
- привлечь внимание к деятельности ЕДШИ № 6 и ЕАСИ.

Контроль над качеством выполнения работ в ходе реализации проекта осуществлялся менеджером проекта и включал в себя постоянную координацию деятельности членов команды проекта в соответствии с матрицей ответственности. Так как все сотрудники были заинтересованы в реализации данного проекта, поставленные задачи выполнялись в срок.

После реализации общегородской благотворительной акции «Мы все с одной планеты» для детей с ограниченными возможностями здоровья менеджером проекта была проведена итоговая оценка эффективности проекта.

Данная оценка проводилась на основе анализа следующих документов:

- анализ сайтов, электронных СМИ, социальных сетей на предмет наличия упоминания о проекте;
- отзывы жителей города — участников проекта.

Проводился также подсчет количества детей, принявших участие в благотворительной акции на каждом этапе мероприятий и за весь период.

На начальном этапе реализации общегородской благотворительной акции «Мы все с одной планеты» 6 апреля 2016 года было проведено анкетирование, направленное на исследование отношения учащихся к детям с ограниченными возможностями здоровья. Результаты анкетирования были предоставлены директору и заместителю директора по учебно-воспитательной работе ЕДШИ № 6, подтвердив востребованность реализации проекта, а также были представлены на семинаре «Создание среды взаимодействия системы дошкольного образования и учреждений культуры для социализации детей с ОВЗ на примере МБДОУ компенсирующего вида № 342 «Родничок» и МБУК ДО «ЕДШИ № 6 им. К. Е. Архипова».

В анкетировании начального этапа приняли участие 30 учащихся от 7 до 14 лет, в том числе дети, которые были задействованы в совместном мастер-классе по хореографии «Русский хоровод».

Повторное анкетирование было проведено уже после ряда совместных мероприятий 21 января 2017 года. В анкетировании принимали участие ребята, которые были задействованы в общих мероприятиях ЕДШИ № 6 и детского сада.

Всего в анкетировании приняли участие 60 респондентов.

По результатам анкетирования за 2016 год выяснилось:

- 45% учащихся никогда не общались с детьми с ОВЗ;
- 31% учащихся затруднились ответить на вопрос «Общались или дружили ли вы когда-нибудь с детьми с ограниченными возможностями здоровья?»;
- 24% общались с детьми с ОВЗ.

Большинство опрошенных учащихся ЕДШИ (86%) готовы прийти на помощь к ребенку с ограниченными возможностями здоровья, если он об этом попросит, открыты для взаимодействия и общения.

На вопрос «Как вы думаете, где учатся дети с ограниченными возможностями здоровья» 76% учащихся отвечают, что дети с ОВЗ учатся в специальной школе, 17% считают, что дети обучаются на дому, индивидуально; 10% — «в обычной школе, вместе с ребятами, как я».

Исследование 2016 года подтвердило отсутствие у учащихся сформированного представления о детях с ОВЗ, необходимость создания интегрированной среды и проведения совместных мероприятий.

В 2017 году, после реализации комплекса мероприятий, направленных на взаимодействие, было проведено повторное анкетирование. Показатели изменились, что подтвердило эффективность реализации данного проекта — например, доля детей, которые общались или дружат с детьми с ОВЗ, выросла с 24% до 35%, а количество учащихся, готовых прийти на помощь к ребенку с ОВЗ, если он об этом попросит, выросло до 95%.

В познавательной игре «Мы все с одной планеты» приняли участие 15 детей. Учащиеся заинтересовались данной темой, задавали вопросы и выполняли предложенные им задания, в ходе игры узнали об известных людях с ОВЗ из разных сфер жизнедеятельности человека, познакомились с существующими в городе Екатеринбурге проектами для детей с ОВЗ, просмотрели видеоролики о детях с ОВЗ, узнали, что есть волонтерские движения для помощи таким детям.

В мастер-классе по хореографии «Русский хоровод» в 2016 году приняли участие 47 детей, в 2017 году — 65. Учащиеся школы и дети с ограниченными возможностями здоровья вместе водили хороводы, играли на ложках, тан-

цевали. Старшие ребята помогали младшим, показывали движения и обучали их, вовлекали в процесс. С помощью данного мероприятия ребята почувствовали себя единым целым, командой.

Выставка «Сказка в красках» — в 2016 году приняли участие 27 детей (тринадцать работ учащихся ЕДШИ № 6, четырнадцать — воспитанников детского сада № 342). В 2017 году — 31 ребенок (пятнадцать работ учащихся ЕДШИ № 6, шестнадцать — детей с ОВЗ). Работы детей с ОВЗ были представлены на двух площадках: МБОУ лицей № 109 и ЕДШИ № 6.

Партнер проекта Информационный культурный центр «Япония» предоставил для участников выставки билеты на мероприятие «День японских игр», где состоялся мастер-класс по изготовлению журавликов и флешмоб для детей и подростков (2 июня 2016 года, во время флешмоба дети дарили свои поделки прохожим).

Совместный концерт учащихся ЕДШИ № 6 и детей с ОВЗ из детского сада № 342 «Родничок» на одной из центральных площадок города ТРЦ «Гринвич» дал возможность познакомиться жителей города с социальной деятельностью ЕДШИ № 6 и с данным проектом. В рамках концерта учащиеся и дети с ОВЗ показывали хореографические, вокальные, инструментальные номера. В концерте приняли участие 50 учащихся и десять детей с ОВЗ.

Второй концерт состоялся в ТРЦ «Радуга Парк», в нем приняло участие 83 ребенка (56 учащихся, шестнадцать детей с ОВЗ и одиннадцать детей, занимающихся таеквондо с показательными выступлениями). Для взаимодействия всех ребят была разработана интерактивная программа и работали аниматоры. В действие вовлекались зрители, получилось открытое, интерактивное мероприятие для всей семьи.

По результатам проекта написана статья «Организация и проведение благотворительной акции на основе проектного управления: опыт реализации», опубликованная в журнале «Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии» (№ 5 за 2016 год). Проект «Мы все с одной планеты» стал участником второго областного конкурса в сфере предпринимательской деятельности «Молодежь планирует бизнес».

Таким образом, достигнутые результаты совпадают с намеченными:

- исследовано отношение учащихся ЕДШИ № 6 к детям с ОВЗ (по результатам анкетирования в 2017 году показатели улучшились);
- разработан комплекс мероприятий, направленных на взаимодействие учащихся ЕДШИ и детей с ограниченными возможностями здоровья, что вносит вклад в развитие сферы культуры города Екатеринбурга, ее открытости и доступности для жителей города;
- проект был представлен для всех жителей города на площадках торгово-развлекательных центров;
- жители города познакомились с деятельностью МБУК ДО «Екатеринбургская детская школа искусств № 6 им. К. Е. Архипова» и МБОУ ВО «Екатеринбургская академия современного искусства».

Проект может быть полезен для других учреждений культуры нашего города при реализации похожих событий для детей с ОВЗ.

Список литературы

1. Авдудевская А. А. Формирование толерантного отношения к детям с ограниченными возможностями здоровья у младших школьников [Электрон. ресурс]. URL: <http://ocpmcc.edu35.ru/toped/273-topedtoller> (дата обращения: 13.05.2017).

2. Азаренков Л. С., Кожевина М. С. Организация и проведение благотворительной акции на основе проектного управления: опыт реализации // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2016. № 5.
3. Ахьямова И. А. Социальная ответственность как зеркало эволюционного развития общества: Россия и современный мир // Культура и социальная ответственность модели и технологии взаимодействия. Екатеринбург, 2015. 172 с.
4. Ахьямова И. А. Опыт сферы культуры Екатеринбурга по обеспечению абилитации детей-инвалидов в условиях инклюзии// Актуальные подходы к обеспечению комплексной реабилитации и абилитации инвалидов: матер. Всерос. науч.-практ. конф.; Управление культуры. Екатеринбург, 2017. С. 6–10.
5. Балашов А. П. Основы менеджмента. М., 2008. 288 с.
6. Береснева В. Г. Социализация детей с ограниченными возможностями здоровья средствами дополнительного образования // Социализация детей с ОВЗ на современном этапе: научно-методический и прикладной аспекты. М., 2014. 335 с.
7. Бестужев-Лада И. В. Технологии прогнозных разработок социального проектирования. М., 2000. 378 с.
8. Боронина Л. Н., Сенук З. В. Основы управления проектами. Екатеринбург, 2015. 112 с.
9. Бутаков В. В. Арт-педагогика в школе искусств как средство развития личности ребенка с ограниченными возможностями здоровья // Культура и социальная ответственность модели и технологии взаимодействия. Екатеринбург, 2015. 172 с.
10. Воропаев В. И. Управление проектами в России. М., 2010. 156 с.
11. Гейзер П. С. Управление проектами. Минск, 2005. 179 с.
12. ГОСТ Р ИСО 9000-2001. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. М., 2001. 26 с.
13. ГОСТ Р 54871–2011 Проектный менеджмент. Требования к управлению портфелем проектов. М., 2011. 9 с.
14. Грашина М. Основы управления проектами. СПб., 2006. 216 с.
15. Дихтелм Г. Управление проектами. СПб., 2003. 301 с.

16. Зайцев Д. В., Зайцев Н. В. Основы коррекционной педагогики [Электрон. ресурс]. URL: <http://www.elective.ru/arts/ped06-k0034-p01414.phtml>.
17. Иванов В. А. Социальные технологии в современном мире. М., 2003. 121 с.
18. Ивасенко А. Г. Управление проектами. Новосибирск, 2007. 224 с.
19. Ильин В. В. Проектный менеджмент. М., 2007. 124 с.
20. Клиффорд Г. Управление проектами. М., 2003. 167 с.
21. Королев Д. Эффективное управление проектами. М., 2006. 234 с.
22. Культин Н. Б. Управление инновационными проектами. СПб., 2002. 316 с.
23. Курбатов В. И. Социальное проектирование. Ростов-н/Д, 2011. 278 с.
24. Лайковская Е. Э. Социально-культурные инициативы в решении социальных проблем общества: возможности и направления деятельности // Культура и социальная ответственность модели и технологии взаимодействия. Екатеринбург, 2015. 172 с.
25. Леонтьева Е. Г. Доступная среда — основное условие вовлеченности детей с ОВЗ в культурную жизнь города // Культура и социальная ответственность модели и технологии взаимодействия. Екатеринбург, 2015. 172 с.
26. Луков В. А. Социальное проектирование. М., 2007. 163 с.
27. Мазур И. И. Управление проектами: учебное пособие. М., 2014. 312 с.
28. Модульная программа для менеджеров. Управление программами и проектами. М., 2013. 276 с.
29. Немчин А. М. Управление проектами. СПб., 1993. 198 с.
30. Палиева Н. А. Организация работы с учащимися с ОВЗ в условиях внедрения инклюзивного образования. Ставрополь, 2012. 152 с.
31. Разу М. Л. Управление программами и проектами. М., 2000. 190 с.
32. Распоряжение Правительства РФ от 04.09.2014 № 1726.

33. Словарь понятий и терминов муниципального управления [Электрон. ресурс]. URL: http://vasilieva.narod.ru/mu/term_mu/tm_b.htm (дата обращения: 12.05.2017).

34. Соколова Е. В. Культура для всех: социальные практики инклюзии и толерантности (опыт Екатеринбурга) // Культура и социальная ответственность модели и технологии взаимодействия. Екатеринбург, 2015. 172 с.

35. Тиганова С. В. Миссия выполнима. Театр «Щелкунчик» — арт-пространство инклюзивного воспитания социально ответственного поколения // Культура и социальная ответственность модели и технологии взаимодействия. Екатеринбург, 2015. 172 с.

36. Товб А. С. Управление проектами. М., 2003. 204 с.

37. Указ «О национальной стратегии действий в интересах детей на 2012–2017 годы» (утвержден Президентом РФ) от 01.06.2012 № 761.

38. Указ о президентской программе «Дети России» (утвержден Президентом РФ) от 18 августа 1994 года. М., 1994. 53 с.

39. Федеральная служба государственной статистики [Электрон. ресурс]. URL: <https://goo.gl/2Lhez8> (дата обращения: 15.03.2017).

40. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 года № 273. М., 2014. 134 с.

41. Ярошевская Ю. А. Волонтерские практики работы с особенными детьми // Культура и социальная ответственность модели и технологии взаимодействия. — Екатеринбург, 2015. 172 с.

4. ОРГАНИЗАЦИЯ ФЕСТИВАЛЯ КОРЕЙСКОЙ ПОПУЛЯРНОЙ КУЛЬТУРЫ

В современном мире существует множество форматов проведения культурно-массовых мероприятий, одним из них является формат фестиваля. Цель проведения фестиваля заключается в представлении предметов и явлений, организованных в духе праздника. Это яркое событие, процесс организации которого сложен и многогранен, затрагивает массу важных аспектов.

Фестивальная форма является одной из наиболее интерактивных и актуальных на сегодняшний день. Интерактивность данной формы заключается в ее преобразовании в соответствии с современными тенденциями арт-рынка. Фестивальные формы с легкостью трансформируются и адаптируются под существующую реальность, любые условия и аудиторию — в этом преимущество данной формы перед другими форматами проведения культурно-массовых мероприятий.

Степень изученности темы. Такие авторы, как О. Я. Гойхман, Е. И. Резникова, Т. Л. Тульчинский в своих работах рассматривают различные виды фестивалей и затрагивают важные аспекты их подготовки и проведения. Б. Б. Бабков, Р. Деретт, Г. Я. Лаптева акцентируют внимание на том, что наполнение фестивалей должно соответствовать современности, а для их организации и проведения необходимо использовать современные технологии, к которым относятся не только сценическое оборудование и интерактивные технологии, но и технологии привлечения аудитории. Однако функция фестивалей, как эффективных маркетинговых средств для развития муниципальных учреждений культуры, нуждается в более подробном рассмотрении.

Проблема исследования: как организовать вокально-танцевальный фестиваль, отвечающий потребностям целевой аудитории и привлекающий внимание к деятельности муниципального учреждения культуры, на базе которого он проводится.

Объектом исследования выступает фестиваль как форма современного культурного события.

Предмет: процесс организации и проведения фестиваля корейской популярной культуры.

Цель: разработка, обоснование и проведение фестиваля корейской популярной культуры на базе муниципального учреждения культуры.

Исходя из вышеуказанной цели, основными **задачами** проекта являются:

1. Проведение предпроектного анализа.
2. Разработка концепции «K-STAR» и оформление документации проекта.
3. Изучение возможностей мобилизации ресурсов.
4. Реализация проекта на базе Центра культуры «Урал» (Екатеринбург).
5. Осуществление мониторинга проекта.

В ходе разработки проекта были использованы следующие теоретические (анализ, моделирование, сравнение, обобщение, планирование, проектирование) и эмпирические (наблюдение, анализ документов, экспертное интервью, математическая и графическая обработка результатов) **методы**.

Практическая значимость проекта заключается в разработке и проведении фестиваля корейской популярной культуры на базе МАУК ЦК «Урал», что позволит расширить ассортимент культурно-массовых мероприятий, проводимых в данном учреждении, привлечет дополнительных посетителей и послужит рекламой для муниципального учреждения культуры. Проектное обоснование данного

фестиваля может быть полезно другим учреждениям культуры для проведения подобных событий на их базе с целью привлечения новых посетителей и расширения ассортимента проводимых мероприятий.

Предпроектный анализ

В рамках проведения предпроектного анализа необходимо было разобраться с основными понятиями, к которым мы будем обращаться на этапах разработки и реализации проекта фестиваля. Основопологающим в данной работе, безусловно, является понятие фестиваля как такового.

Само слово «фестиваль» происходит от французского «festival» и от латинского «festivus», что в переводе обозначает «праздничный». Современное определение дает «Словарь по общественным наукам»: «Фестиваль — музыкальный, театральный или другой смотр лучших достижений искусства. Обычно фестиваль является соревнованием, участники которого выделяются специальными жюри в результате предварительных отборочных просмотров» [30].

Фестивальная форма не теряет своей актуальности, о чем свидетельствует ее поддержка на уровне государства. Так, в нашей стране наблюдается развитие фестивальной деятельности в соответствии с изданным 24 декабря 2014 года Указом Президента РФ № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики» [35]. Проведение фестивалей также регламентируется «Основами законодательства Российской Федерации о культуре» [24].

Перейдем к рассмотрению функций фестивалей. По мнению Рос Деррета, фестивали способствуют культурному развитию общества [2; с. 8–18]. Во время проведения фестиваля между членами сообщества складываются тесные взаимоотношения, возникающие в благоприятной ат-

мосфере, которые являются стабильными и безопасными, дают возможность для планирования будущего развития общества. Чувство «общности», которое появляется у зрителей и участников фестиваля, отражается в памяти в виде сочетания предлагаемых услуг и полученных впечатлений. Помимо этого, одним из положительных моментов проведения таких событий является установление или укрепление традиций и ценностей местных жителей.

Фестивали сейчас являются не просто локальными одноразовыми мероприятиями, а специальными событиями, проводимыми в целях формирования позитивного имиджа, например, организации и привлечения внимания общественности к самой компании, ее деятельности и продуктам [34]. На сегодняшний день фестивали все чаще воспринимаются, как одно из средств событийного маркетинга. В свою очередь, событийный маркетинг — это маркетинговый инструмент, комплекс специальных мероприятий и акций, проводимых с целью манипулирования поведением и мнением специально приглашенной на событие аудитории. Его цель — продвижение интересов компании, манипулирование поведением и мнением целевой аудитории. Задача событийного маркетинга — сформировать у человека положительное личностное отношение к бренду, компании, вызвать интерес, предоставить ему возможность почувствовать выгоду, получить реальный опыт общения с продуктом, маркой [29].

Фестивали являются не только «местом действия» и массовом празднеством, но могут выступать и в качестве инструмента рекламной кампании, используемого с целью формирования и продвижения того или иного бренда. С помощью организации и проведения фестивалей можно создавать и преобразовать имидж для общественных организаций, политических партий, привлекать внимание

к существующим проблемам, а в более глобальном масштабе — формировать имидж города, области или страны.

В этом контексте имеет смысл рассмотрение фестивальной деятельности как способа создания и преобразования имиджа города в соответствии с его стратегическим развитием. Так, например, Екатеринбург развивается в соответствии со стратегической программой развития города — «Екатеринбург — мегаполис культуры и искусства» [32]. Данная программа включает в себя четыре стратегических проекта: «Библиотека XXI века», «Музейный комплекс „Екатеринбург“», «Екатеринбург — центр современного искусства» и наиболее актуальную для рассмотрения фестивальной деятельности программу — «Екатеринбург — территория творчества» [12].

Популярность фестивалей, связанных с демонстрацией особенностей как народной, так и популярной культуры той или иной страны отчасти обусловлена глобализацией — процессом, направленным на создание целостного культурного, информационного, экономического пространства [27]. Безусловно, процесс глобализации, как и иные процессы, связанные с преобразованием общества в целом, имеет свои плюсы и минусы. Так, наиболее очевидным плюсом в процессе глобализации является открытость, вседоступность и взаимопроникновение информации. Помимо этого, процесс глобализации общества сопровождается активным взаимодействием людей с разных континентов, разных национальностей. Именно этим и обусловлено смешение национальных особенностей. Наиболее ярким минусом глобализации является то, что в результате взаимовлияния теряется уникальность и самобытность культур разных народов. В результате творческий продукт принимает определенный стандарт.

Кей-поп (k-pop) — это музыкальный жанр, возникший в Южной Корее [40] и вобравший в себя элементы запад-

ного электропопа, хип-хопа, танцевальной музыки и современного ритм-н-блюза. Появившись изначально как музыкальный жанр, k-поп превратился в масштабную музыкальную субкультуру с миллионами поклонников среди молодежи во всем мире [39].

Говоря о направлении k-поп, необходимо уточнить понятие кавер-дэнс (cover dance) — это кавер-версия авторского танца в исполнении другого коллектива, смысл которой заключается в точности повторения оригинальной постановки — пластики и техники танца, а также копировании стиля и костюмов оригинальных исполнителей [38].

В России первый российский K-Pop cover-фестиваль под названием IdolCon прошел в марте 2011 года и с тех пор стал ежегодным. С ростом популярности данного направления во множестве других российских городов стали проводиться аналогичные фестивали.

Ранее в Екатеринбурге k-поп cover-номера представлялись исключительно на фестивалях смежной направленности, а именно на косплей-фестивалях, где основная часть номеров базируется на национальной и современной культуре Японии. С течением времени в Свердловской и соседних областях появилось множество танцевальных команд, исполняющих каверы на k-поп постановки, в связи с чем появилась потребность в создании отдельного фестиваля, посвященного исключительно k-поп направлению, который соответствовал бы интересам участников и зрителей и положительным образом влиял на развитие сферы культуры Екатеринбурга.

По своей сути такая разработка фестиваля корейской популярной культуры вписывается в формат проектной деятельности. Проект — это деятельность по достижению нового результата в рамках установленного времени с учетом определенных ресурсов. Использование принципов проектного управления позволяет эффективно решать по-

ставленные задачи и повышает надежность успешного достижения обозначенных целей.

Говоря про актуальность реализации данного проекта для города, стоит отметить, что он встраивается в уже упомянутую ранее стратегическую программу «Екатеринбург — территория творчества» [12]. Проект фестиваля направлен на удовлетворение текущих потребностей, обозначенных в программе:

- потребности в выстраивании механизмов сотрудничества для творческих союзов и творческих общественных организаций, учреждений культуры;
- потребности в создании доступного художественного продукта для горожан и гостей города;
- потребности в создании условий для обмена позитивным творческим опытом;
- потребности в проведении совместных с муниципальными учреждениями культуры творческих проектов;
- потребности в инициативе со стороны творческих союзов к созданию творческих проектов городского масштаба.

Таким образом, на основании проведенного предпроектного анализа и изучения теоретических источников мы видим, что фестивали являются одной из наиболее актуальных на сегодняшний день форм проведения культурно-массовых мероприятий. Они проводятся во множестве стран и пользуются огромной популярностью среди аудитории всех возрастов. Разрабатываемый фестиваль корейской популярной культуры актуален для Екатеринбурга, поскольку встраивается в стратегическую программу «Екатеринбург — территория творчества». Для целевой аудитории данный проект актуален, поскольку является площадкой для самореализации, обмена творческим опытом и служит площадкой для новых знакомств.

Главная проблема, на решение которой направлен разрабатываемый проект — как организовать вокально-танцевальный фестиваль, отвечающий потребностям целевой аудитории и привлекающий внимание к деятельности муниципального учреждения культуры, на базе которого он проводится?

Концепция проекта фестиваля «K-STAR»

Проект включает в себя три части — анонс фестиваля в формате фотоконкурса, непосредственно проведение фестиваля, а также — организацию afterparty фестиваля.

Основной идеей фестиваля является создание оптимальных условий для обмена творческим опытом между его участниками — поклонниками направления «k-pop».

Базой реализации проекта выступил «Центр культуры «Урал». В рамках проведения экспертного интервью с руководством ЦК «Урал» были выделены проблемы, для решения которых предлагается проведение фестиваля корейской популярной культуры.

Цель проведения фестиваля — привлечение внимания к разнообразию культурно-массовых мероприятий, организуемых Центром культуры «Урал».

Для достижения поставленной цели формируются следующие **задачи** фестиваля:

1. Привлечь внимание к разнообразию культурно-массовых мероприятий, организуемых ЦК «Урал».
2. Познакомить горожан с «k-pop» направлением.
3. Способствовать развитию творческого мышления участников в процессе подготовки творческих номеров.
4. Создать оптимальные условия для обмена творческим опытом между людьми, увлекающимися современной популярной культурой Южной Кореи.

Организуемый фестиваль ориентирован на широкий круг потребителей. Его **целевыми группами** являются поклонники «k-поп» направления, любители современного вокального и танцевального искусства, а также все заинтересованные в подобных событиях жители и гости г. Екатеринбурга.

Организаторами выступает инициативная группа, представленная студентами Екатеринбургской академии современного искусства, а также руководство и сотрудники ЦК «Урал».

На этапе формулировки концепции в рамках организационного собрания выбирается название фестиваля. Суть названия «K-STAR» в соединении буквы «K-...», взятой из аббревиатуры названия направления — «k-pop» (от англ. Korean pop) и словом «star», что в переводе с английского обозначает «звезда». Выбранное название является отражением идеи о том, что все участники этого события смогут побыть в роли своих кумиров.

Запланировано привлечение к участию в качестве партнеров и спонсоров следующих организаций: почетного консульства Республики Корея в Екатеринбурге, национально-культурной автономии российских корейцев (Екатеринбург), международной молодежной организации AIESEC. Анонс «K-STAR» и фотоконкурс запланированы в рамках партнерского фестиваля «ЧибиФест» (Екатеринбург, 28 января 2017 года).

В качестве информационных партнеров могут выступить различные интернет-порталы, например такие, как Uralstudent.ru, RusAnimeFest, «Афиша.Яндекс», Anime Conventions, Anime-Nippon-Jin, Global city, «Inburg. Интересный Екатеринбург», «Выбирай», «МОМЕНТЫ», «Афиша El.ru», «Ekbfree. Бесплатный Екатеринбург», 66.ru, «Вебург».

На площадке фестиваля запланирована организация фудкорда, к участию в которой приглашаются различные кофейни — Gudman, Red cup, CoffeeUP, а так же рестораны азиатской кухни — «Сеул», Ping pong, Panda KukSu. Помимо фудкорда планируется зона фестивальной ярмарки, к участию в ней приглашаются фирма печатной сувенирной продукции PosterMan, магазин аниме и k-поп товаров «Акихабара», магазин корейских товаров K-Light и магазин контактных линз Contact-ekb.

В качестве спонсоров, предоставивших призы участникам фестиваля, приглашены компании, уже спонсировавшие подобные фестивали — лингвистический центр «Культурный диалог», молодежный центр «Культ-Урал», школа танцев Promodance, батутный парк Razgon, а также фестиваль Summer Cover Fest (г. Уфа).

В качестве площадки для проведения afterparty рассматривается пространство концерт-холла «Свобода» и бар-клуб ProRock.

Общий срок подготовки и реализации проекта — пять месяцев с даты проведения установочного совещания с организаторами — 12 ноября 2016 года по 29 апреля 2017. Проведение фестиваля «K-STAR» — 30 апреля 2017 года с 12:00 до 19:00. Вечер того же дня — afterparty фестиваля.

Стартовым событием в рамках реализации проекта является анонс фестиваля «K-STAR» в виде фотоконкурса на фестивале «ЧибиФест» — на фоне рекламного баннера фестиваля все желающие смогут сфотографироваться, выложить фото в социальные сети с указанием хэштега фестиваля — #k_star2017. В течение двух недель организаторы будут отслеживать размещенные фото и 15 февраля 2017 года они отберут победителя, которому вручат два входных билета на фестиваль. Помимо проведения розыгрыша билетов запланировано вручение сертификата на право

внеконкурсного участия в «K-STAR» одной из танцевальных команд, наиболее качественно исполнившей номер.

Проект фестиваля «K-STAR» является коммерческим. Вся прибыль формируется за счет партнерских средств, проданных зрительских входных билетов и организационных взносов от участников. Прибыль от зрительских билетов будет направлена на покрытие расходов фестиваля, а на основании собранных организационных взносов будет сформирован денежный призовой фонд для победителей конкурсной программы.

Фестиваль «K-STAR» содержит преимущественно вокально-танцевальные номинации, в каждой из обозначенных номинаций запланировано выступление различных команд, среди которых, в результате конкурсного отбора, будут определены победители.

Помимо номинаций, команды и сольные исполнители, участвующие в аналогичных фестивалях, могут, исходя из своих предпочтений, навыков и умений, подать заявку на присуждение премий.

Прием заявок от потенциальных участников запланирован с помощью специально созданной формы на официальном сайте [18]. Разработка официального сайта запланирована на январь-март 2017 года.

Принять участие в конкурсном отборе может любой желающий. Для этого требуется записать на видео соверсию песни или танца и прикрепить ее к заполненной форме заявки на сайте фестиваля. После проведения отбора присланных заявок организаторами в специальном разделе официального сайта будет размещен список участников фестиваля, успешно прошедших конкурсный отбор.

Обладатели премий определяться путем предварительного голосования в официальной группе «ВКонтакте» [17], призы победителям будут вручены на самом фестивале.

Программа фестиваля будет состоять из чередующихся конкурсных номеров, разбавленных вручениями премий победителям и заявленными в конкурсную номинацию Cover Music Video видеороликами. Всем командам и сольным исполнителям ведущие вручат грамоты за участие, а победителям — медали и кубки, выполненные в фирменном стиле фестиваля. Во время фестиваля будут организованы два перерыва, в течение которых запланировано проведение конкурсов с залом. В завершении фестиваля пройдет награждение победителей конкурсной программы и выступление приглашенного хэдлайнера фестиваля — певца Yuki (г. Екатеринбург). После завершения основной части программы все желающие, которые приобретут входной билет, смогут посетить afterparty фестиваля. В рамках afterparty планируется проведение конкурсов с вручением победителям сувенирной продукции фестиваля.

Победители конкурсной программы будут определены командой жюри.

Разработка дизайна логотипа, афиши, призов, сувенирной продукции и всего фирменного стиля фестиваля запланирована на декабрь-апрель.

Таблица 1

Устав проекта

Концептуальные параметры проекта	Характеристика проекта
Название проекта	Организация фестиваля корейской современной популярной культуры в муниципальном учреждении
Инициаторы	Муниципальное автономное учреждение культуры «Центр культуры «Урал»
Обоснование бизнес-потребностей	Проект носит коммерческий характер
Стратегические цели проекта	Привлечь внимание к разнообразию культурно-массовых мероприятий, организуемых ЦК «Урал»; познакомить горожан с «k-pop» направлением; способствовать развитию творческого мышления участников в процессе подготовки творческих номеров; создать оптимальные условия для обмена творческим опытом между людьми, увлекающимися современной популярной культурой Южной Кореи
Результаты проекта	Организация и проведение фестиваля корейской современной популярной культуры «K-STAR»
Продукты проекта	Проведение конкурса фотографий в рамках анонсирования фестиваля на «ЧибиФесте»; проведение фестиваля; проведение afterparty
Ограничения	Регламент предусматривает возрастное ограничение «14+»
Временные рамки проекта	12.11.2016 — 30.04.2017

Концептуальные параметры проекта	Характеристика проекта
Целевые показатели и критерии успеха проекта	Целевым показателем фестиваля является количество проданных билетов на фестиваль и afterparty, сумма организационных взносов от участников. Критерием успешности проекта является количество участников и зрителей, посетивших фестиваль, количество и окраска отзывов после проведения фестиваля, резонанс в социальных сетях
Окружение проекта	ЦК «Урал», ЕАСИ, почетное консульство Республики Корея, национально-культурная автономия российских корейцев (г. Екатеринбург), международная молодежная организация AIESEC, информационные порталы Uralstudent.ru, RusAnimeFest, «Афиша.Яндекс», Anime Conventions, Anime-Nippon-Jin, Global city, Inburg, «Выбирай», «МОМЕНТЫ», «Афиша E1.ru», Ekbfree, 66.ru, «Вебург», сеть кофеен Red cup, лингвистический центр «Культурный диалог», молодежный центр «Культ-Урал», школа танцев Promodance, батутный парк Razgon, кафе-бар Panda KukSu, бар ProRock, фирма печатной сувенирной продукции PosterMan, магазин аниме и k-поп товаров «Акихабара», магазин K-Light, магазин контактных линз Contact-ekb, фестиваль Summer Cover Fest (г. Уфа), фестиваль «ЧибиФест» (г. Екатеринбург)
Суммарный бюджет	159 248 рублей

Рассмотрим целевую структуру проекта, представленную в виде графической модели «Дерево целей» (рис. 1).

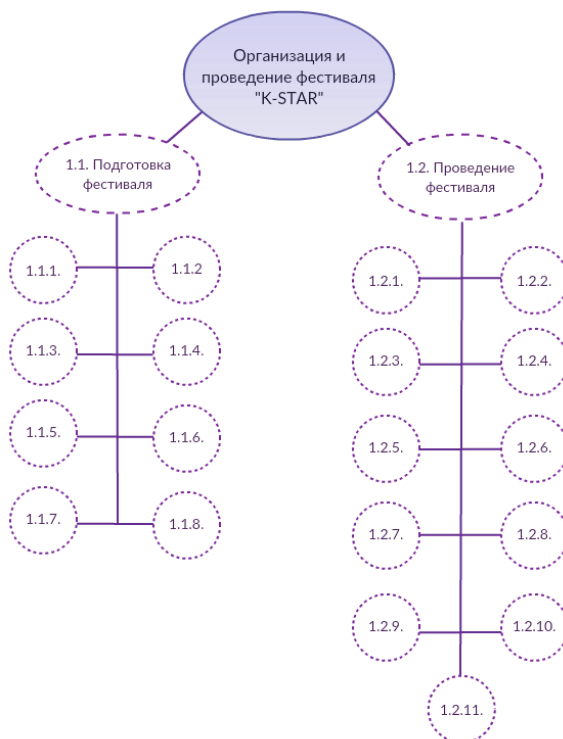


Рисунок 1. Дерево целей

Ниже представлен нумерованный список, отражающий пошаговые действия для решения обозначенных в проекте задач:

1. Подготовка фестиваля:

1.1. Формирование команды проекта:

1.1.1. Установочное собрание с командой организаторов:

1.1.1.1. Формулировка концепции фестиваля:

- 1.1.2. Поиск дизайнера;
- 1.1.3. Поиск web-мастера;
- 1.1.4. Поиск волонтеров;
- 1.1.5. Поиск видео-операторов;
- 1.1.6. Поиск фотографов;
- 1.1.7. Поиск журналиста;
- 1.2. Поиск площадки проведения фестиваля:
 - 1.2.1. Встреча с руководством ЦК «Урал»;
 - 1.2.2. Обсуждение условий сотрудничества с площадкой;
 - 1.2.3. Обсуждение технических моментов;
- 1.3. Разработка фирменного стиля фестиваля:
 - 1.3.1. Разработка логотипа фестиваля;
 - 1.3.2. Разработка дизайна сувенирной продукции;
 - 1.3.3. Разработка дизайна дипломов, сертификатов и грамот для победителей и участников;
 - 1.3.4. Разработка и размещение афиши;
 - 1.3.5. Создание дизайна фото-зоны на «ЧибиФест»:
 - 1.3.5.1. Печать баннера;
 - 1.3.5.2. Установка баннера;
 - 1.3.6. Создание дизайна пресс-вола:
 - 1.3.6.1. Печать пресс-вола;
 - 1.3.6.2. Установка пресс-вола;
 - 1.3.7. Изготовление кубков и медалей для победителей;
 - 1.3.8. Разработка дизайна и печать зрительских билетов;
- 1.4. Поиск партнеров и спонсоров:
 - 1.4.1. Заключение партнерского соглашения с организаторами фестиваля «ЧибиФест» (г. Екатеринбург);
 - 1.4.2. Заключение партнерского соглашения с AIESEC;
 - 1.4.3. Заключение партнерского соглашения с национально-культурной автономией российских корейцев (г. Екатеринбург);

1.4.4. Заключение партнерского соглашения с «Red cup»;

1.4.5. Заключение партнерского соглашения с лингвистическим центром «Культурный Диалог»;

1.4.6. Заключение партнерского соглашения с молодежным центром «Култ-Урал»;

1.4.7. Заключение партнерского соглашения со школой танцев Promodance;

1.4.8. Заключение партнерского соглашения с батутным парком Razgon;

1.4.9. Заключение партнерского соглашения с кафе-баром Panda KukSu;

1.4.10. Заключение партнерского соглашения с фирмой печатной сувенирной продукции PosterMan;

1.4.11. Заключение партнерского соглашения с магазином аниме и k-поп товаров «Акихабара»;

1.4.12. Заключение партнерского соглашения с магазином корейских товаров K-Light;

1.4.13. Заключение партнерского соглашения с магазином контактных линз Contact-ekb;

1.4.14. Заключение партнерского соглашения с организаторами фестиваля Summer Cover Fest (г. Уфа);

1.5. Продвижение фестиваля:

1.5.1. Проведение фотоконкурса в рамках «ЧибиФеста»:

1.5.1.1. Отслеживание конкурсных работ в Instagram;

1.5.1.2. Объявление победителей конкурса;

1.5.2. SMM-продвижение фестиваля:

1.5.2.1. Создания официального профиля в сети Instagram;

1.5.2.2. Ведение официальной группы во «ВКонтакте»;

1.5.2.3. Ведение официального профиля в Twitter;

1.5.2.4. Наполнение официального канала на Youtube;

1.5.3. Разработка официального сайта фестиваля:

- 1.5.3.1. Разработка дизайна сайта;
- 1.5.3.2. Приобретение домена;
- 1.5.3.3. «Сборка» сайта;
- 1.5.4. Размещение анонсов фестиваля на интернет-порталах:
 - 1.5.4.1. Размещение анонса на RusAnimeFest;
 - 1.5.4.2. Размещение анонса на Uralstudent.ru;
 - 1.5.4.3. Размещение анонса на Anime Conventions;
 - 1.5.4.4. Размещение анонса на «Вебург»;
 - 1.5.4.5. Размещение анонса на 66.ru;
 - 1.5.4.6. Размещение анонса на Ekbfree;
 - 1.5.4.7. Размещение анонса на «Выбирай»;
 - 1.5.4.8. Размещение анонса на «Афиша Е1.ru»;
 - 1.5.4.9. Размещение анонса на «МОМЕНТЫ»;
 - 1.5.4.10. Размещение анонса на Global city;
 - 1.5.4.11. Размещение анонса на Inburg;
 - 1.5.4.12. Размещение анонса на Anime-Nippon-Jin;
 - 1.5.4.13. Размещение анонса на «Афиша.Яндекс»;
- 1.5.5. Предпродажа зрительских билетов:
 - 1.5.5.1. Личные продажи зрительских билетов;
 - 1.5.5.2. Продажа через кассы ЦК «Урал»;
 - 1.5.5.3. Продажа через сервис Timerpad;
- 1.5.6. Размещение пост-релизов:
 - 1.5.6.1. Размещение пост-релиза на Uralstudent.ru;
 - 1.5.6.2. Размещение пост-релиза на сайте ЕАСИ;
- 1.6. Формирование конкурсной программы:
 - 1.6.1. Внесение корректировок в положение о фестивале;
 - 1.6.2. Прием заявок в конкурсную программу:
 - 1.6.2.1. Оглашение условий отбора конкурсных заявок;
 - 1.6.2.2. Отбор заявок в номинации;
 - 1.6.2.3. Отбор заявок в премии;
 - 1.6.2.4. Оглашение списка участников, прошедших конкурсный отбор;

- 1.6.3. Отбор кандидатов в состав жюри;
- 1.6.4. Написание сценария фестиваля и утверждение порядка конкурсных номеров;
- 1.7. Подготовка площадки для проведения фестиваля:
 - 1.7.1. Проверка светового и аудио-оборудования;
 - 1.7.2. Монтаж светодиодного экрана;
 - 1.7.3. Оформление фото-зоны;
 - 1.7.4. Подготовка ярмарочной зоны и фуд-корта;
 - 1.7.5. Закупка расходных материалов;
- 1.8. Подготовка afterparty фестиваля:
 - 1.8.1. Заключение договора с баром-клубом ProRock;
 - 1.8.2. Составление программы afterparty;
 - 1.8.3. Регистрация участников на afterparty;

2. Проведение фестиваля:

- 2.1. Подготовка площадки в день проведения фестиваля:
 - 2.1.1. Распределение обязанностей среди волонтеров;
 - 2.1.2. Проверка сценического оборудования;
 - 2.1.3. Оформление стойки регистрации;
 - 2.1.4. Подготовка гримерных помещений;
 - 2.1.5. Распределение призового фонда;
 - 2.1.6. Размещение партнеров в зоне фудкорда;
 - 2.1.7. Размещение партнеров в ярмарочной зоне;
- 2.2. Регистрация участников:
 - 2.2.1. Прием организационных взносов;
 - 2.2.2. Размещение участников;
 - 2.2.3. Размещение жюри;
- 2.3. Регистрация зрителей;
- 2.4. Репетиция конкурсных номеров;
- 2.5. Открытие фестиваля;
- 2.6. Основная конкурсная программа фестиваля;
- 2.7. Проведение онлайн-голосования на выбор победителей премии зрительских симпатий;

- 2.8. Закрытие фестиваля, объявление победителей;
- 2.9. Выступление хедлайнера;
- 2.10. Afterparty фестиваля в ProRock:
- 2.10.1. Проведение танцевального соревнования;
- 2.10.2. Проведение конкурсов;
- 2.11. Итоговый мониторинг проекта.

Мобилизация ресурсов

Таблица 2

Характеристика типов ресурсов

Тип ресурса	Характеристика ресурса
Интеллектуальный	Доступны необходимые ресурсы данного типа. Субъекты проектной деятельности обладают достаточными знаниями для реализации проектов на достойном уровне. Члены проектной команды, в которую так же входят сотрудники ЦК «Урал», обладают необходимыми умениями, опытом подготовки и реализации крупных культурных проектов
Материальные ресурсы	Многофункциональный зал ЦК «Урал» и его сценическое оборудование, полиграфическая продукция, канцелярские принадлежности
Финансовые ресурсы	Бюджет проекта обеспечен выручкой от приобретенных зрителями входных билетов на фестиваль, оплатой организационных взносов от участников, партнерскими и спонсорскими средствами
Организационные ресурсы	Проект реализуется в рамках фестивальной деятельности ЦК «Урал»
Управленческие ресурсы	Команда проекта состоит из одиннадцати человек, возглавляется проектным менеджером и курируется сотрудником ЦК «Урал»

Таблица 3

Анализ ресурсов с точки зрения их наличия

Тип ресурсов	Актуальные (А)	Потенциальные (П)	Способ перевода из П в А
Интеллектуальные	100%	0%	
Материальные	70%	30%	Данный тип ресурсов был обеспечен наличием богатой материально-технической базы ЦК «Урал», а также специально созданной полиграфической продукцией для участников и победителей фестиваля на партнерские средства и части суммы от продажи зрительских билетов
Организационные	100%	0%	
Финансовые	10%	90%	Основная часть финансовых ресурсов была обеспечена за счет партнерских средств и дополнена частью суммы от продаж билетов
Управленческие	40%	60%	Часть специалистов, занятых на проекте — сотрудники ЦК «Урал», остальную часть составили студенты и выпускники ЕАСИ

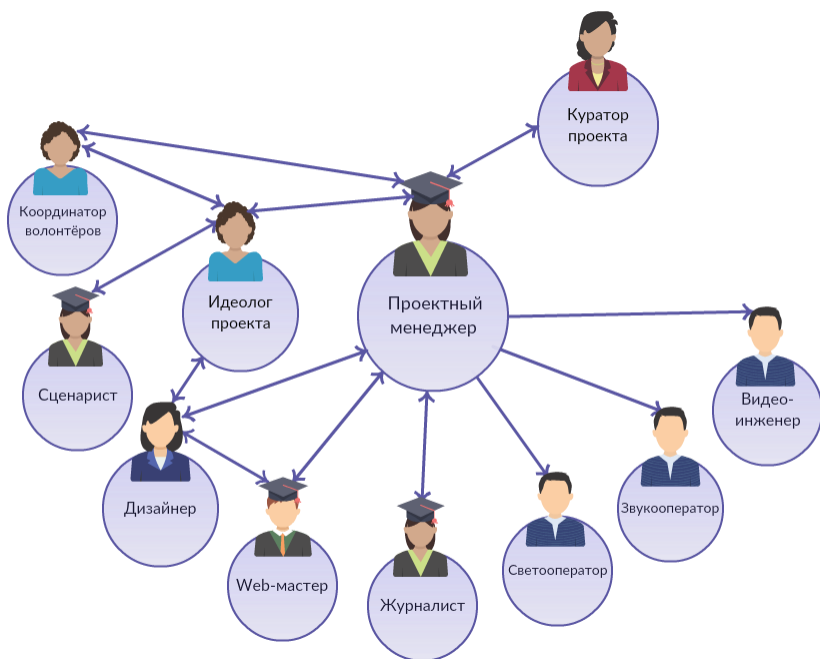


Рисунок 1. Внутренняя коммуникационная структура проекта

В рамках анализа ресурсов проекта проводится разработка внешней и внутренней коммуникационных структур. Внутренняя коммуникационная структура является командой проекта, которая состоит из одиннадцати сотрудников, управляемых проектным менеджером под контролем куратора проекта. В его подчинении находятся дизайнер, web-мастер, журналист, звукооператор, светооператор, видеоинженер. Совместно с идеологом проекта менеджер контролирует работу сценариста проекта и координатора волонтерской группы, параллельно выполняющего обязанности контент-менеджера. В качестве дизайнера проекта выступает выпускница ЕАСИ. Сценарист проекта, web-мастер и журналист — это студенты второго и третьего курса Академии. Совмещающая должности контент-

менеджера и координатора волонтеров — выпускница факультета телерадиожурналистики Гуманитарного университета. Звукооператор и светооператор — штатные сотрудники ЦК «Урал», видеоинженер — приглашенный специалист. Находящиеся в подчинении проектного менеджера волонтеры — учащиеся различных школ и вузов Екатеринбурга. Куратор проекта — руководитель отдела развития ЦК «Урал».

Внешняя коммуникационная структура.

1. Проект был реализован на базе ЦК «Урал», куратор проекта — руководитель отдела развития данного учреждения. Часть проектной команды составляют сотрудники ЦК «Урал». Помимо этого, Центр культуры осуществляет частичное обеспечение ресурсами — финансовыми, материальными и техническими.

2. Менеджер проекта, сценарист, журналист, web-мастер и некоторые волонтеры являются студентами ЕАСИ. Помимо этого, на официальном сайте академии размещается пост-релиз фестиваля.

3. Почетное консульство Республики Корея (г. Екатеринбург) совместно с национально-культурной автономией российских корейцев (г. Екатеринбург) обеспечивают участие корейской делегации на фестивале в качестве зрителей. Представитель автономии российских корейцев выступает на церемонии открытия фестиваля с торжественной речью.

4. Международная молодежная организация «AIESEC» является спонсором фестиваля, предоставляет одному из участников в качестве приза летнюю стажировку в Республике Корея.

5. На крупных международных (Anime-Nippon-Jin), всероссийских (RusAnimeFest, Anime Conventions, «Афиша.Яндекс») и городских (Uralstudent.ru, «Вебурл», 66.ru,

Ekbfree, «Выбирай», «Афиша E1.ru», «МОМЕНТЫ», Global city, Inburg) информационных порталах размещается анонс фестиваля. Позднее на портале Uralstudent.ru будет размещен пост-релиз фестиваля.

6. Батутный парк Razgon выступает в качестве спонсора и предоставляет подарочные сертификаты для победителей одной из танцевальных номинаций.

7. Штатный сотрудник танцевальной школы Promodance на условиях взаимной рекламы принимает участие в фестивале в качестве одного из членов жюри танцевальных номинаций.

8. Молодежный центр «Культ-Урал» предоставляет подарочные сертификаты на бесплатное посещение репетиционной базы победителям одной из танцевальных номинаций.

9. Лингвистический центр «Культурный диалог» вручает сертификаты на изучение корейского языка победителям вокальных номинаций.

10. Кофейня Red cup будет представлена на фудкорде.

11. Кафе европейской и азиатской кухни «Panda Kuksu» так же будет представлено на фудкорде и предоставит сертификат для одной из команд участников фестиваля на бесплатный обед в их заведении.

12. С баром-клубом ProRock заключается договор аренды на проведение afterparty фестиваля.

13. В рамках партнерского фестиваля «ЧибиФест» (г. Екатеринбург) состоится «офлайн-анонс» фестиваля. На площадке его проведения будет размещен рекламный баннер и проведен конкурс фотографий, победители которого получают два бесплатных зрительских билета на «K-STAR».

14. Организаторский состав фестиваля Summer Cover Fest (г. Уфа) отберет одну из танцевальных команд-

участников и вручит сертификат на право участия в их фестивале вне конкурсного отбора.

15. С магазинами аниме и k-pop товаров «Акихабара», корейской продукции K-Light, контактных линз Contact-ekb и фирмой печатной сувенирной продукции PosterMan будут заключены договоры аренды на предоставление мест в ярмарочной зоне фестиваля.

Итак, произведен анализ ресурсного обеспечения проекта фестиваля корейской популярной культуры «K-STAR». Оценено наличие ресурсов на момент подготовки проекта к реализации. Рассмотрены способы перевода потенциальных ресурсов в актуальные. Сформированы внутренняя (проектная команда) и внешняя (партнеры, спонсоры) коммуникационные структуры проекта.

Управление подсистемами проекта в ходе его реализации

Управление временем — одна из важнейших подсистем проекта, определяющая его ограничения по времени. Оно осуществляется на всех этапах жизненного цикла проекта. Управление временем на этапе разработки проекта было представлено в виде календарного плана. Календарный план, в свою очередь, является отражением задач, закрепленных за каждым членом команды проекта с указанием сроков их выполнения.

Наглядным представлением календарного плана является диаграмма Ганта, на которой в виде сетевого графика отражена последовательность выполнения работ.

Еще одной важной подсистемой является управление командой проекта — отдельными лицами, отвечающими за часть работ в рамках его подготовки и реализации. Команда проекта фестиваля состояла из одиннадцати человек и девяти привлеченных волонтеров. Каждый из членов про-

ектной команды обладал знаниями и навыками, необходимыми для выполнения закрепленной за ними работы в рамках реализации проекта.

Таблица 4

Состав команды

Должность	ФИО	Возраст	Профессия
Проектный менеджер	О. А. Штыркова	21	Студент ЕАСИ
Куратор проекта	Т. В. Иргалиева	32	Руководитель отдела развития ЦК «Урал»
Идеолог проекта	В. Г. Аксенова	29	Педагог-хореограф, дизайнер-модельер
Координатор волонтеров и контент-менеджер	М. К. Москвина	22	Выпускник Гуманитарного университета
Сценарист	Т. Ю. Малышева	20	Студент ЕАСИ
Дизайнер	П. Д. Стенина	22	Выпускник ЕАСИ
Web-мастер	В. В. Кавунов	20	Студент ЕАСИ
Журналист	Л. Шестакова	22	Студент ЕАСИ
Светооператор	А. Логинов	26	Сотрудник ЦК «Урал»
Звукооператор	Я. Кейлин	57	Сотрудник ЦК «Урал»
Видеоинженер	А. Сентябов	35	Приглашенный специалист ЦК «Урал»

Организационная структура команды фестиваля — проектная. Использование данного типа структуры обусловлено тем, что внутри основной команды образовывались временные подразделения, возглавляемые компетентными в той или иной области членами проекта. В проектной структуре члены команды ориентированы на достижение целей проекта и подчиняются только его руководителю. Созданные подразделения выполняли различные функции — отвечали за решение технических вопросов (свет, звук на площадке и т.п.), занимались разработкой визуального содержимого проекта, полиграфией, выполняли роль волонтеров и так далее.

Функциональные отделы играли роль пула ресурсов, динамически перераспределяемых между задачами проекта. При такой организации сотрудники действовали в рамках проекта, а их деятельность была полностью определена руководством проекта. Схематично организационная структура аналогична внутренней коммуникационной структуре.

Управление стоимостью осуществлялось посредством контроля бюджета проекта. Суммарный бюджет составил 159 248 рублей. Основные затраты фестиваля приходились на оплату аренды ЦК «Урал» и бара-клуба «ProRock», аренду сценического оборудования, сумму призового денежного фонда, расходов на призы участникам фестиваля, затрат на полиграфию и расходов на иные материалы.

Основная часть доходов была получена от продаж зрительских билетов. Призовой фонд фестиваля формировался на основе суммы организационных взносов, оплаченных конкурсантами за участие. Доходы от оплаты входных билетов на afterparty покрывали стоимость аренды площадки кофе-бара ProRock.

Таблица 5

Доходы от продажи билетов

Место продажи	Кол-во продан- ных биле- тов	Стои- мость билета	Доход
Касса ЦК «Урал» (пред-продажа)	63	350	22 050
Касса ЦК «Урал» (в день фестиваля)	90	400	36 000
Личная продажа (пред-продажа)	19	350	6650
Онлайн-продажа через сервис «Timepad»	16	400	5744
Билеты на afterparty	82	350	28 700
Итого:	188+82		70 444 + 28 700 (90 144)

Стоимость организационного взноса определялась в зависимости от количества номеров, в которых конкурсант принимал участие. Участие в одном или двух номерах оценивалось в 300 рублей, за каждый дополнительный номер была установлена доплата в 100 рублей. Общая сумма от взносов (62 400 рублей) была разделена на определенное количество победителей фестиваля и вручена в качестве денежных призов.

Одна из частей дохода (14 500 рублей) фестиваля сформировалась за счет аренды партнерскими компаниями, фирмами и магазинами мест на ярмарке и фудкорде.

Общий доход данного проекта составил 176 044 рублей, расход — 159 249 рублей. Все расходы были покрыты. Прибыль от проведения фестиваля составила 16 796 рублей.

В рамках подготовки проекта фестиваля особое внимание было уделено просчету возможных рисков, их минимизации и, по возможности, уклонения от них. Под проектными рисками понимаются неблагоприятные ситуации и последствия, связанные с нанесением ущерба в рамках процесса организации и проведения фестиваля.

Первый риск, с которым столкнулась команда организаторов — вероятность того, что руководство ЦК «Урал» не будет заинтересовано в проведении фестиваля корейской популярной культуры и, следовательно, откажет в его проведении на базе своего учреждения. Конкретно сформулировав цели, задачи, концепцию фестиваля, предоставив информацию о целевой аудитории и оформив перечисленные данные в виде презентации этого риска удалось избежать. Руководством ЦК «Урал» на взаимовыгодных условиях был предоставлен многофункциональный зал для проведения фестиваля. Помимо этого, были привлечены штатные сотрудники данного учреждения, которые, впоследствии, отвечали за технические моменты во время реализации проекта.

Один из наиболее опасных рисков был связан с экономической стороной проекта — имелись опасения, что вложенные в реализацию средства не окупятся, а бюджет фестиваля окажется отрицательным. Этого удалось избежать с помощью привлечения партнеров, установления оптимальной цены зрительских билетов, а так же указанием цены за участие в конкурсной программе фестиваля. К сожалению, не все компании, привлекавшийся в качестве партнеров и спонсоров на «K-STAR», откликнулись на предложение, но это не сказалось отрицательным образом на его реализации.

В проектах, к реализации которых привлекаются волонтеры, существует вероятность, что кто-то из них не справится со своими обязанностями. Для минимизации

данного риска проводился инструктаж в рамках организационных собраний с командой волонтеров. На них же общалась необходимая для эффективной работы информация. После завершения фестиваля состоялось итоговое собрание, на котором были оглашены все плюсы и минусы работы волонтеров для успешного взаимодействия в рамках проведения фестиваля в следующем году.

Поскольку большая часть посетителей фестиваля является его участниками, одним из вероятных рисков являлось малое количество проданных билетов и малое количество зрителей. Для его минимизации была проведена обширная пиар-компания через информационные интернет-порталы. Привлечению дополнительной аудитории способствовало создание официального сайта, регулярное пополнение официальных аккаунтов фестиваля в социальных сетях.

В рамках проведения фестиваля особое внимание уделялось привлечению коммерческих партнеров. Экономический риск при работе с ними заключался в вероятности того, что та или иная компания не оплатит стоимость аренды места на ярмарке. Для минимизации данного риска была введена система 50% предоплаты, служившая, с одной стороны, гарантией закрепления места на ярмарке для партнеров, а с другой — «страховкой» для организаторов.

Помимо указанных выше рисков, стоит отметить и возможный технический риск, связанный с использованием светодиодного экрана. Большая часть конкурсных номеров предполагала использование в качестве визуального сопровождения специальных видеофонов и во избежание технических проблем и заминок во время проведения фестивальной программы был приглашен профессиональный видеоинженер, знающий технологию работы со светодиодными экранами. Однако, несмотря на попытку минимизации данного риска, полностью его не удалось избежать.

В результате, в связи с технической проблемой, возникла заминка на репетиции в день фестиваля, но этот момент не отразился на регламенте проведения фестиваля.

Программа «K-STAR» содержала большое количество конкурсных номеров, что создавало вероятность возникновения проблем с таймингом. Для его четкого соблюдения был разработан детальный план мероприятия с указанием точного времени выступлений конкурсантов. Предварительно с конкурсантами был согласован порядок выступлений, чтоб номера, в которых участвует один и тот же человек, не шли друг за другом и конкурсант мог спокойно переодеться и подготовиться перед выходом на сцену.

Несмотря на попытку минимизации вероятных рисков были моменты, которые не удалось просчитать. Перед проведением открытия фестиваля была обнаружена проблема со звуковым оборудованием и в результате номера, запланированные к показу в самом начале фестиваля, сдвинулись по времени. Оставшееся время в начале фестиваля ведущие заполнили общением с залом.

Таким образом, в данном параграфе были описано управление институциональными подсистемами проекта фестиваля корейской популярной культуры «K-STAR». Оно включает в себя управление командой, временем, стоимостью и рисками, которые сопровождаются организационным моделированием проекта. Составлен календарный план работ и матрица ответственности, в которой представлены обязанности, закрепленные за каждым членом команды проекта. В рамках управления стоимостью составлена смета проекта, подсчитаны доходы и расходы. Предпринималась попытка просчитать риски для их минимизации. Возникшие в результате реализации проекта проблемы были проанализированы во избежание их повторения в будущем. Благодаря проведенной работе, все участ-

ники конкурсной программы смогли выступить, регламент проведения фестиваля был соблюден.

Мониторинг проекта

Для оценки эффективности реализации проекта был проведен комплексный анализ по определенным показателям, например — соблюдению сроков, объему затрат и конечных результатов. Оценка эффективности производилась с точки зрения команды проекта, руководства базы его реализации, а также участников и зрителей.

Критерием оценки эффективности являлся целевой показатель, определенный на этапе формулировки концепции — количество проданных билетов на фестиваль и afterparty, полученная сумма с организационных взносов от участников. Критерии успешности реализации проекта являются измеримыми — это количество участников и зрителей, посетивших фестиваль, количество положительных и отрицательных отзывов по результатам его проведения и резонанс в социальных сетях.

Итоговая оценка проекта проводилась с 1 мая по 16 июня 2017 года и предполагала общий контроль изменений, их отслеживание, координацию путем своевременного и оперативного внутреннего взаимодействия проектной команды с внешней средой — партнерами, спонсорами.

Начнем с рассмотрения сроков реализации проекта. Общее время подготовки фестиваля заняло пять месяцев. На протяжении этого времени менеджер проекта занимался координацией и точным соблюдением сроков выполнения работ, контроль за которыми осуществлялся согласно заранее составленному календарному плану проекта. В соответствии с календарным планом проекта все запланированные этапы были соблюдены.

Перейдем к оценке экономической эффективности проекта. Общая сумма затрат на подготовку и проведение фестиваля составила 159 248 рублей. Доход от организационных взносов участников, продажи зрительских билетов и партнерских средств составил 176 044 рублей. Чистая прибыль фестиваля — 16 796 рублей. Исходя из этих данных, мы можем говорить об экономической эффективности проекта, поскольку бюджет оказался положительным в связи с получением прибыли от его реализации.

Как отмечалось ранее, одной из основных целей проведения фестиваля «K-STAR» являлось привлечение внимания к разнообразию мероприятий, проводимых на базе Центра культуры «Урал». Для мониторинга достижения данной цели был произведен подсчет количества участников, зрителей фестиваля и проведен анализ, из каких городов они прибыли. В соответствии с имеющимися данными, в конкурсной программе фестиваля приняли участие 194 человека не только из Екатеринбурга, но и из таких городов, как Челябинск, Нижний Тагил, Златоуст, Пермь, Уфа и Новосибирск. Важным достижением является участие иностранных конкурсантов — гостей из Вьетнама и Южной Кореи, посетивших Екатеринбург в рамках образовательной программы по обмену.

Отталкиваясь от данных о продаже билетов, можно сделать вывод, что в фестивале в качестве зрителей приняли участие 188 человек.

Исходя из совокупности данных, мы видим, что в «K-STAR», за исключением команды проекта, технического персонала и волонтеров, приняли участие 382 человека, что является достойным показателем для проекта с его столь узконаправленной тематикой. К участию в фестивале удалось привлечь на безвозмездной основе фотографов и видеооператоров. Организованную онлайн-трансляцию фестиваля на YouTube и во «ВКонтакте» в день проведе-

ния фестиваля просмотрело более 100 пользователей из разных городов нашей страны.

Далее произведем оценку эффективности рекламной кампании проекта — непосредственно, самого фестиваля, площадки проведения и привлеченных партнеров. Основное продвижение проекта было осуществлено посредством размещения новостей о фестивале на порталах информационных партнеров. Все приглашенные порталы согласились принять участие в фестивале в качестве информационных партнеров.

Эффективными каналами продвижения являлись официальные аккаунты фестиваля в социальных сетях. Для удобного размещения и поиска новостей был утвержден официальный хэштег фестиваля — #k_star2017, активно используемый зрителями и участниками во время размещения новостей, фото и видео с фестиваля в своих аккаунтах.

Немного статистики из социальных сетей.

Наибольшее количество участников официальной группы фестиваля в сети «ВКонтакте» составило 1818 пользователей. В день проведения фестиваля было зафиксировано наибольшее количество просмотров группы за сутки — 4337. Запись прямой трансляции фестиваля, размещенная в группе, в общей сложности просмотрена 2513 раз.

На официальный YouTube-канал фестиваля подписаны 266 пользователей, а общее количество просмотров размещенных на нем роликов составило 82 381.

Общее количество просмотров пострелизов фестиваля на момент окончания мониторинга составило 293 — на информационном портале «Uralstudent.ru» и 124 просмотра на сайте Екатеринбургской академии современного искусства.

Мониторинг реализации проекта показал, что данный фестиваль интересен не только любителям современной

популярной культуры Южной Кореи и «к-пор», но и организациям, выступившим в качестве партнеров и спонсоров, горожанам и любителям современного вокального и танцевального искусства. Полученные в ходе проведения мониторинга проекта результаты свидетельствуют о значительном количестве заинтересованных лиц — участников и зрителей фестиваля в целом, Примечательно, что в фестивали приняли участие множество команд не только из Екатеринбурга, но и из других городов. Качественные и количественные показатели говорят сами за себя и это обусловлено колоссальным вниманием к подготовке и проведению фестиваля, тщательно организованной и грамотно спланированной рекламной кампании фестиваля.

Говоря о перспективах реализации проекта, отметим, что на 2018 год уже запланировано проведение фестиваля «K-STAR 2018». В следующем году данный проект станет еще более актуальным для Екатеринбурга в связи с участием Южной Кореи в выставке «ИННОПРОМ 2018» в качестве страны-партнера. Вопрос о повторной реализации данного проекта на площадке этого года уже обсуждался с руководством ЦК «Урал».

Для улучшения условий проведения фестиваля в официальной группе во «ВКонтакте» была создана тема, в которую любой желающий может разместить свои предложения относительно идеи о формате, месте, программе проведения фестиваля в следующем году. Однако уже сейчас определена одна из ключевых задач данного проекта на будущий год — проведение активной рекламной компании фестиваля для привлечения участников и зрителей из других городов России, что способствует не только распространению информации о самом фестивале и рекламе площадки его проведения, но и позволит в определенной степени увеличить туристический поток в наш город.

Проведение культурно-массовых мероприятий подобного плана оказывает благоприятное влияние на имидж города. Подобные события в определенной степени способствуют увеличению туристической привлекательности Екатеринбурга для жителей других городов. Данный вывод был сделан на основании того, что многие участники фестиваля являются иногородними, но они готовы преодолевать расстояние между городами для участия в рассматриваемом культурном событии.

Список литературы

1. Аванесова Г. А. Организация культурно-художественных фестивалей и конкурсов // Культурно-досуговая деятельность: теория и практика организации. М., 2006. С. 166–170.
2. Баринов В. А., Харченко В. Л. Стратегический менеджмент. М., 2013. 288 с.
3. Белоблоцкий Н. Маркетинг музыкальных фестивалей // Art-менеджер. 2003. № 2. С. 20–25.
4. Белоногов С. В., Аликперов И. М. Цели и критерии оценки эффективности управленческой деятельности // Молодежь в XXI в.: философия, психология, право, педагогика, экономика и менеджмент: сборник научных статей; под ред. И. А. Симоновой и др. Екатеринбург, 2018. С. 169–171.
5. Боронина Л. Н., Сенук З. В. Конспект учебного курса по управлению проектами. Екатеринбург, 2015. 112 с.
6. Гойхман О. Я. Организация и проведение мероприятий : учебное пособие. М., 2008. 119 с.
7. ГОСТ 54869. Управление проектами. Требования к управлению проектами. М., 2012. 14 с.
8. Государственная программа Свердловской области «Развитие культуры в Свердловской области до 2020 года» (утв. постановлением Правительства Свердловской области от 21.10.2013 № 1268 ПП) // Собр. законодательства Свердловской области. 2013. № 10-5 (2013). Ст. 1978.

9. Дубинкина Е. А., Азаренков Л. С. Разработка концепции фестиваля уличных искусств как инструмента повышения привлекательности современного города // Траектория науки. 2016. Т. 2. № 6 (11). С. 1.36–1.44.
10. Екатеринбург накрыла k-поп волна! // Урал-Студент — образовательный портал Екатеринбурга и Урала [Электрон. ресурс]. URL: <http://www.uralstudent.ru/articles/drugoe/2294659> (дата обращения: 16.07.2017).
11. Екатеринбург — территория творчества: стратегический проект [Электрон. ресурс]. URL: <https://goo.gl/AWKfSa> (дата обращения: 05.07.2017).
12. Коленько С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебник и практикум. М., 2016. 370 с.
13. Костина А. В. Массовая культура: теория и практика. М., 1999. 84 с.
14. Кузина И. В. Проект и проектная деятельность (методические рекомендации) [Электрон. ресурс]. URL: <http://pionerov.ru/assets/downloads/mc/recommendations/PPD.pdf> (дата обращения: 26.06.2017).
15. K-STAR 2017. Официальная группа фестиваля «ВКонтакте» [Электрон. ресурс]. URL: <https://vk.com/kstarcover> (дата обращения: 05.07.2017).
16. K-STAR — K-pop Cover Festival. Официальный сайт фестиваля «K-STAR» [Электрон. ресурс]. URL: <http://kstarfest.ru/> (дата обращения: 05.07.2017).
17. K-STAR 2017 // Anime Conventions — календарь аниме-мероприятий [Электрон. ресурс]. URL: <http://anime-conventions.ru/convention/k-star-2017/> (дата обращения 05.07.2017).
18. K-pop Cover Festival [Электрон. ресурс]. URL: <http://www.uralstudent.ru/afisha/raznoe/2293078/> (дата обращения: 05.07.2017).
19. Лаптева Г. Я. Фестивальная практика: беглый взгляд на эволюцию // Экология культуры. Архангельск. 2012. № 3 (28). С. 5–23.

20. На корейской волне [Электрон. ресурс]. URL: easi.ekaterinburg.pf/about/news/i108754/ (дата обращения 20.07.2017).

21. Независимая оценка качества работы муниципальных организаций культуры: разработка методологии // Наука сегодня: теория, практика, инновации: коллективная монография / А. А. Пронин, Л. Е. Петрова, И. А. Ахьямова, М. Г. Бурлуцкая, под общ. ред. О. Чигишевой. Ростов-на-Дону, 2016. С. 105–131.

22. Ожегов С. И. Словарь русского языка. М., 1994. 900 с.

23. Основы законодательства Российской Федерации о культуре [Электрон. ресурс]. URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/39208/page/1> (дата обращения 10.06.2017).

24. Откуда появился k-pop? [Электрон. ресурс]. URL: <http://istory.kz/19308/otkuda-poyavilsya-k-pop> (дата обращения 18.07.2017).

25. Плахин Г. В. Организация фестивально-конкурсных форм самодеятельного творчества / Культура и социум: Материалы Всерос. Конф. «Культура. Литература. Искусство. Регион (13-14 апр. 2000 года)». Тюмень : ТГУ, 2000. С. 23–25.

26. Розин В. М. Глобальные процессы и проблемы современности как свидетельство становления нового типа социальности // «Глобализация», «культура», «цивилизация»: Материалы пост. действ. междисциплинарного семинара клуба уч. «Глобальный мир». М., 2003. 75 с.

27. Рыжкова З. П. Фестиваль как форма коммуникации: результаты культурного проекта, поддержанного региональной администрацией // Справочник руководителя учреждения культуры. 2013. № 6. С. 88–96.

28. Событийный маркетинг [Электрон. ресурс] // Энциклопедия маркетинга. URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/btl/special_events.htm (дата обращения 10.07.2017).

29. Современный словарь по общественным наукам / Под общ. ред. О. Г. Данильяна. М., 2013. 314 с.

30. Справочник Арт-Менеджера: Фестивали // Арт-менеджер. 2002. №2. С. 42–44.

31. Стратегический план развития муниципального образования «город Екатеринбург» до 2020 года [Электрон. ресурс]. URL: <https://goo.gl/wxr5rJ/> (дата обращения 10.07.2017).
32. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д. Н. Ушакова. Т. I. М., 2000. 848 с.
33. Тульчинский Т. Л. Технологии менеджмента в сфере культуры. СПб., 2000. 265 с.
34. Указ Президента Российской Федерации от 24.12.2014 № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики». 18 с.
35. Устав Муниципального автономного учреждения культуры «Центр культуры «Урал» // Официальный сайт ЦК «Урал» [Электрон. ресурс]. URL: цкурал.екатеринбург.рф/files/ustav.PDF (дата обращения 20.06.2017).
36. Этнопсихологический словарь / Ред. В.Г. Крысько. М., 1999. 343 с.
37. Cover Dance [Электрон. ресурс]. URL: <http://parallely.ru/2013/07/cover-dance/> (дата обращения 10.07.2017).
38. Hartong Jan Laurens. Musical terms worldwide: a companion for the musical explorer. Semar Publishers, 2006. P. 15.
39. Holden Todd Joseph Miles. Mediasia: global mediation in and out of context. — Taylor & Francis, 2006. 144 p.
40. K-pop Cover Dance Festival Official site [Электрон. ресурс]. URL: <http://www.coverdance.org/> (дата обращения 20.06.2017).

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ ПРОЕКТОВ

1. Технология проектной деятельности: история развития и становления в РФ.
2. Типичные виды проектов, реализуемых в сфере культуры.
3. Понятие жизненного цикла проекта и его основные фазы.
4. Задачи предпроектного анализа в сфере культуры.
5. Основные элементы концепции проекта. Роль «Устава проекта».
6. Целевая структура проекта. Правила построения графической модели «Дерево целей».
7. Процесс управления подсистемами проекта (время, кадры, стоимость, риски).
8. Процесс планирования хода реализации проекта. Разработка календарного плана.
9. Правила построения и назначение Диаграммы Ганта.
10. Внешняя среда проекта. Ближнее и дальнее окружение проекта.
11. Участники проекта и их роли.
12. Сетевые методы и их использование в планировании и управлении проектами.
13. Оценка стоимости проекта.
14. Продукты и результаты проектов: особенности сферы культуры.
15. Учет неопределенности и рисков в процессе выполнения проекта.
16. Матрица распределения ответственности в ходе реализации проектов в сфере культуры.
17. Типичные заинтересованные стороны в организации социокультурных проектов.
18. Мониторинг проекта: критерии и контролируемые показатели эффективности проектов в сфере культуры.
19. Различия коммерческих и некоммерческих проектов в сфере культуры.
20. Перечень основных документов архива проекта.

ГЛОССАРИЙ ОСНОВНЫХ ПОНЯТИЙ

Архив проекта — структурированный комплект документации проекта, представленный в бумажном и/или электронном виде.

Базовый план проекта — принятый к исполнению план проекта, содержащий сведения об основных временных и стоимостных параметрах проекта.

Бюджет проекта — документ, содержащий общую сумму финансовых средств, распределенных по статьям и временным периодам.

Допущение фактор, который считается верным для проекта без привлечения доказательств.

Заинтересованные стороны в проекте — лица или организации, чьи интересы могут быть затронуты в ходе реализации проекта.

Изменение в проекте — модификация утвержденного ранее содержания, сроков, ресурсов в проекте, а также установленных процедур.

Контрольное событие проекта — существенное событие проекта, отражающее получение измеримых результатов проекта

Корректирующее действие — действие, предпринятое для устранения обнаруженного несоответствия плану проекта.

Ограничение проекта — сдерживающий фактор, влияющий на ход исполнения проекта.

Предупреждающее действие — действие, предпринятое для снижения вероятности или последствий отрицательных рисков проекта.

Продукт проекта — измеримый результат, который должен быть получен в ходе реализации проекта.

Проект — комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленный на создание уникального продукта или услуги в условиях временных и ресурсных ограничений.

Проектный менеджмент — вид управленческой деятельности, совокупность взаимосвязанных управленческих действий, направленных на достижение заданных результатов за счет применения технологии проектной деятельности.

Работа проекта — действие, выполняемое для достижения цели проекта.

Расписание проекта (календарный план) — плановые даты исполнения работ и контрольных событий проекта.

Риск — вероятное для проекта событие, наступление которого может как отрицательно, так и положительно отразиться на результатах проекта.

Технология проектной деятельности — алгоритмизированная деятельность, включающая следующие стадии: предпроектный анализ, разработка концепции проекта, мобилизация ресурсов проекта, управление подсистемами проекта в ходе его реализации, мониторинг проекта.

Управление проектом — планирование, организация и контроль трудовых, финансовых и материально-технических ресурсов проекта, направленные на эффективное достижение целей проекта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ныне действующий государственный образовательный стандарт прикладного бакалавриата 50.03.01 «Искусства и гуманитарные науки», реализуемый в Екатеринбургской академии современного искусства, оставляет за учебным заведением свободу выбора в части определения видов профессиональной деятельности, которым должны соответствовать выпускники, освоившие образовательную программу. В стандарте представлены:

- образовательно-педагогическая;
- научно-исследовательская;
- творческая;
- организационно-управленческая;
- проектная деятельность.

Если с педагогической, научной и творческой видами деятельности более или менее все понятно: «делай (пой, рисуй, играй на флейте, пиши реферат) как я», — то проектная деятельность требует от преподавателя, а затем и от студента демонстрации вполне конкретных результатов и, конечно, соответствующей ответственности за них.

Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 54869-2011. «Проектный менеджмент. Требования к управлению проектом» определяет проект как *«комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленных на создание уникального продукта или услуги в условиях временных и ресурсных ограничений»*.

Ключевая профессиональная компетенция названного образовательного стандарта обозначена как «способность разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах».

Это значит, что выпускник, освоивший программу прикладного бакалавриата, должен иметь портфель успешных проектов, направленных на создание уникального продукта или услуги, в том числе и в сфере культуры.

Если к этому добавить, что проектный менеджмент институализировался только в конце XX столетия, то становится очевидно, что перед студентом стоит сложная задача. При разработке и реализации авторского проекта ему необходимо, вырываясь из обоймы теоретических курсов и дисциплин, выйти во внешний мир, вступить в коммуникацию с сотрудниками (директор, замдиректора) конкретной институции сферы культуры, увидеть проблему, проанализировать ей, предложить и обосновать уникальную концепцию будущего проекта, найти необходимые ресурсы в условиях чаще всего бюджетного финансирования, подобрать и мотивировать команду, спрогнозировать и просчитать риски, экономическую (социальную) целесообразность и эффективность, и в результате — создать уникальный культурный продукт (услугу), получив колоссальный жизненный опыт и, помимо прочего, сформировав ключевую компетенцию образовательного стандарта.

В настоящее время Екатеринбургская академия современного искусства располагает всеми необходимыми ресурсами для организации учебного процесса на основе проектного менеджмента. Учебно-методическое пособие составлено в соответствии с Национальным стандартом Российской Федерации ГОСТ Р 54869-2011. «Проектный менеджмент. Требования к управлению проектом» и авторской методикой преподавания дисциплины «Управление проектами» доцентов Уральского федерального университета Л. Н. Бороиной и З. В. Сенук.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРСКОМ КОЛЛЕКТИВЕ

Азаренков Леонид Сергеевич, кандидат экономических наук, доцент кафедры социокультурного развития территории МОУ ВО «Екатеринбургская академия современного искусства»

Ганицева Екатерина Александровна, выпускник (2018 г.) МОУ ВО «Екатеринбургская академия современного искусства».

Кожевина Мария Сергеевна, выпускник (2017 г.) МОУ ВО «Екатеринбургская академия современного искусства».

Парзина Виктория Станиславовна, выпускник (2018 г.) МОУ ВО «Екатеринбургская академия современного искусства».

Штыркова Олеся Андреевна, выпускник (2017 г.) МОУ ВО «Екатеринбургская академия современного искусства».

Учебное издание

**ОПЫТ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ
КУЛЬТУРЫ: УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ ДЛЯ ВУЗОВ**

Верстка — К. Жвакин

Уральский государственный педагогический университет.
620017 Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26.
E-mail: uspu@uspu.me